

► Realidades organizacionales e institucionales de México y Latinoamérica: Perspectivas de análisis

TOMO
05

Realidades Organizacionales en América Latina.

Proyectos de Investigación



remineo.org

Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales, A.C.



REALIDADES ORGANIZACIONALES E INSTITUCIONALES DE MÉXICO Y LATINOAMÉRICA:
PERSPECTIVAS DE ANÁLISIS

**REALIDADES ORGANIZACIONALES EN AMERICA LATINA.
PROYECTOS DE INVESTIGACION**

Colección 2019

Realidades organizacionales e institucionales de México y Latinoamérica: Perspectivas de Análisis

Tomo 5

Realidades Organizacionales en America Latina. Proyectos de Investigacion

Primera edición, 2019

Coordinación general:

Guillermo Ramírez Martínez, Jorge Alberto Rosas Castro, Óscar Lozano Carrillo

Coordinación de la obra:

Antonio Barba Álvarez	David Salvador Cruz Rodríguez
Domingo Herrera González	Fabiola de Jesús Mapén Franco
Gabriela Hidalgo Quinto	Germán Vargas Larios
Gilberto López Orozco	Guillermo Ramírez Martínez
Hugo Alberto Gijón Mitre	Jannet Rodríguez Ruíz
Jorge Alberto Rosas Castro	María Dolores Gil Montelongo
María Teresa Magallón Díez	Martha Margarita Fernández Ruvalcaba
Nicolás Nava Nava	Odette Lobato Calleros
Oscar Lozano Carillo	Oscar Priego Hernández
Pablo Payró Campos	Teresa de Jesús Pérez Zurita
Zoily Mery Cruz Sánchez	

GRUPO EDITORIAL HESS, S.A. DE C.V.

Manuel Gutiérrez Nájera No. 91, Col. Obrera
Alacaldía Cuauhtémoc, C.P. 06800, Ciudad de México

ISBN COLECCIÓN: 978-607-9011-76-5

ISBN TOMO: 978-607-9011-80-2

Instituciones responsables de edición:

RED MEXICANA DE INVESTIGADORES EN ESTUDIOS ORGANIZACIONALES, A.C. (REMINEO)

UNIVERSIDAD DE MONTREAL

Escuela de Altos Estudios Comerciales (HEC Montreal)

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA UNIDAD IZTAPALAPA

Programa de Posgrado en Estudios Organizacionales

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA UNIDAD AZCAPOTZALCO

Departamento de Administración de la División de Ciencias Sociales y Humanidades

Esta obra es producto del trabajo de colaboración de los Cuerpos Académicos: "Análisis y Gestión de las Organizaciones" y "Análisis Organizacional y Gestión para el Desarrollo", adscritos a la División Académica de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma Metropolitana y a la División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, respectivamente.

REALIDADES ORGANIZACIONALES E INSTITUCIONALES DE MÉXICO Y LATINOAMÉRICA:
PERSPECTIVAS DE ANÁLISIS

Realidades Organizacionales en America Latina. Proyectos de Investigación



Cuerpo de Dictaminadores:

Dr. Antonio Barba Álvarez
Dr. David Salvador Cruz Rodríguez
Dr. Domingo Herrera González
Dra. Fabiola de Jesús Mapén Franco
Dra. Gabriela Hidalgo Quinto
Dr. Germán Vargas Larios
Dr. Gilberto López Orozco
Dr. Guillermo Ramírez Martínez
Dr. Hugo Alberto Gijón Mitre
Dra. Jannet Rodríguez Ruíz
Dr. Jorge Alberto Rosas Castro
Dra. María Dolores Gil Montelongo
Dra. María Teresa Magallón Diez
Dra. Martha Margarita Fernández Ruvalcaba
Dr. Nicolás Nava Nava
Dr. Odette Lobato Calleros
Dr. Oscar Lozano Carillo
Dr. Oscar Priego Hernández
Dr. Pablo Payró Campos
Dra. Teresa de Jesús Pérez Zurita
Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez

Revisión de la obra:

Adolfo Priego Cruz
Gabriela Camacho Deonicio
José Luis de la Rosa Méndez

Diseño:

Luis Javier Anguiano

El contenido, las opiniones y la originalidad de los artículos publicados en este libro son responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente el punto de vista de los coordinadores o editor.

Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.

Editado en México

Contenido

Introducción	11
La construcción de la identidad organizacional a partir de la relación entre la cultura y la comunicación organizacional.	22
Olga Navarrete Mondragón	
La identidad organizacional en el proceso de construcción del compromiso organizacional: el caso de una empresa contratista	51
Hernández Torres José Luis	
La legitimidad de las acciones sociales y sus efectos sobre la RSE y el desempeño financiero, una aproximación desde un modelo propuesto	77
Yara Landazuri Aguilera	
Responsabilidad social. Una aproximación a la interpretación del concepto en el contexto académico universitario y organizacional	98
Yolanda Ramírez Vázquez Teresa García López Milagros Cano Flores	
Análisis de Estrategias Financieras aplicadas a empresas dedicadas al estudio de núcleos de roca en la industria petrolera	120
Armando Mayo Castro Juan Carlos Prado Tosca	
Grado de compromiso laboral como factor detonante de responsabilidad en los trabajadores de las tiendas de autoservicio. . . .	151
Roxana Araceli Morales Gómez Aída Dinorah García Álvarez Jorge Rebollo Meza Lenin Martínez Pérez Gladys Elena Mateos Gutiérrez	

Organizaciones institucionalizadas y cambio social.	
ALTEPETL, estudio de caso	180
Luis Miguel Encastin Santos	
Emprendimiento y Empresarialidad Femenina en Mérida, Yucatán	213
Lizbeth Noemí Fernández Chalé	
Ruby de los Ángeles Pasos Cervera	
Ignacio Pastrana Flores	
Procesos ocultos y no tradicionales de la empresa en México.	
El caso de la empresa "X"	234
Janeth Méndez Tezocotitla	
La venta directa frente a la dinámica organizacional posmoderna	259
Catalina Santiago González	
Diseño de una metodología para la elaboración de un modelo de desarrollo de MiPyMEs con base en las habilidades administrativas de los empresarios y de su idiosincrasia en los negocios. Un estudio en el estado de Campeche	283
Fernando Medina Blum	
Jorge Iván Ávila Ortega	
Francisco Gerardo Barroso Tanoira	
Román Alberto Quijano García	
Luis Alfredo Argüelles Ma	
Liderazgo Transformacional y Liderazgo Transaccional: su contribución al Desempeño Organizacional según su estilo en las pequeñas empresas de comercio de ciudad Obregón, Sonora	318
Beatriz Alicia Leyva Osuna	
Sergio Ochoa Jiménez	
Alma Rocío García García	
Tipología de liderazgo con perspectiva de género: Un estudio de la PYME familiar en Ciudad Obregón	342
Sergio Ochoa Jiménez	
Carlos Armando Jacobo Hernández	
Luis Alberto Limón Valencia	

Propuesta de un Modelo de Transferencia de Tecnología entre Universidades para la Producción Avícola en el Estado de Tabasco. . . . 366

Yazmin Denisse Salvador García
Salvador Neme Calacich
Norma Aguilar Morales

Aprendizaje organizacional en la clínica jurídica, una perspectiva desde los estudios organizacionales 390

Brenda Pérez López

Economías colaborativas: una propuesta de investigación organizacional 414

Ramiro Orea Rivera

La inteligencia emocional y su relación con el liderazgo en estudiantes de posgrado 439

Johanna Moscoso Pacheco
María del Carmen Sandoval Caraveo
Candelaria Guzmán Fernández

Aspectos que afectan la planeación de prácticas ambientales de productos orgánicos, desde la perspectiva de la educación ambiental en comunidades de la delegación Xochimilco 464

María Luisa Flores Ramírez
Rosalía Méndez Ramírez
Karina Anaya Delgado

La institucionalización de la Reforma Educativa en las Escuelas Secundarias de la Ciudad de México 488

Diana Elia Belmont Malfavón

Diagnóstico de factores que inciden en la demanda de educación superior, Caso: Licenciatura en Estadística de la Universidad Veracruzana 519

Kenia Peredo Cornelio
Abraham Vásquez Cruz
Maribel Carmona García

La importancia de la práctica docente en la educación superior para la transformación social 543

Juan Manuel Capetillo Gómez
Martha Gallegos López
María del Rocío Medina Mata
Dolores Florina Reynoso Hernández

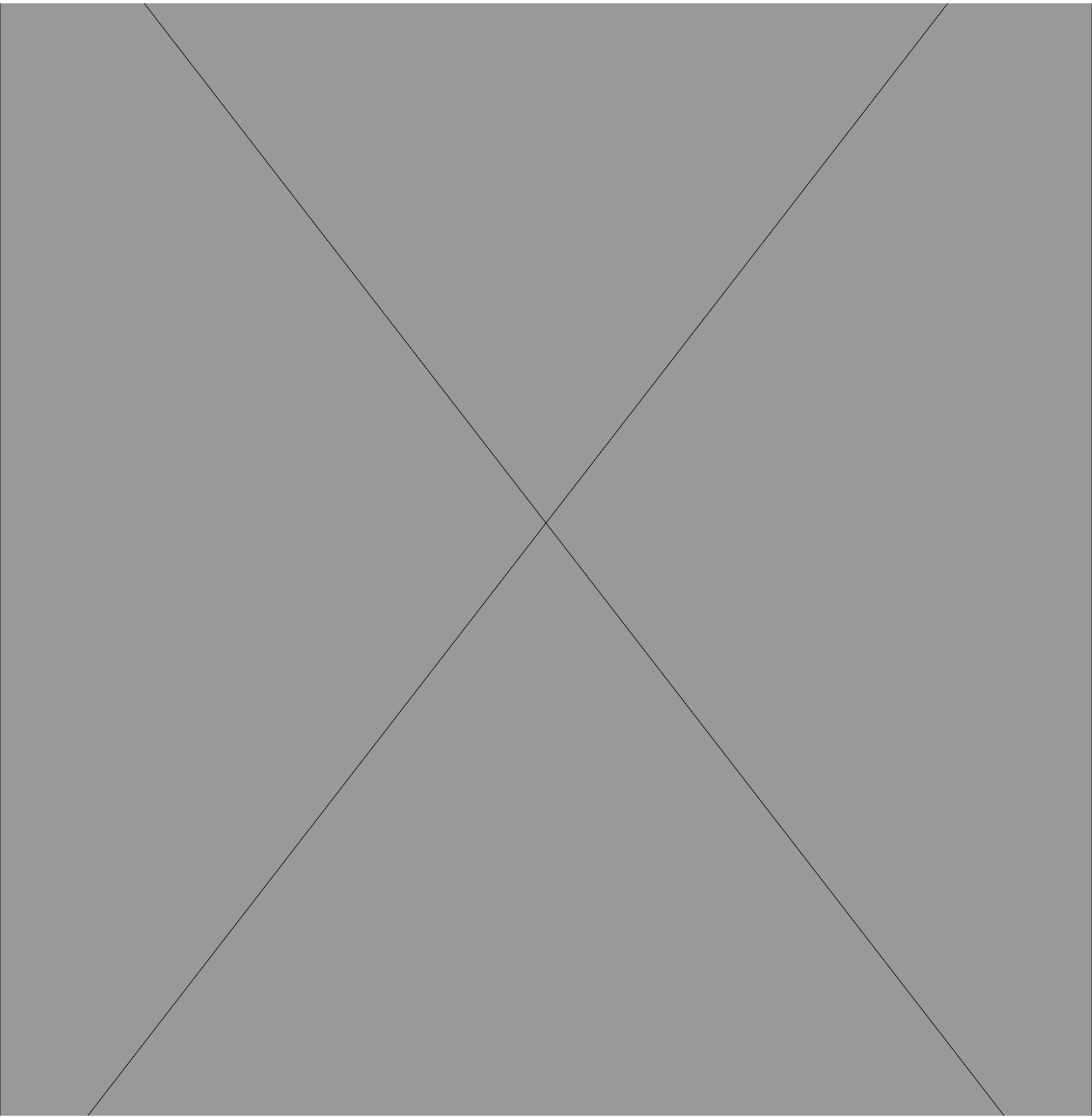
Las escuelas normales formadoras de docentes. De su institucionalización a la desinstitucionalización y la ambigüedad organizativa 573

Rita Lucero Cruz Rodríguez

Evaluación del Impuesto de Hospedaje: Recaudación y Retorno en la Promoción y Publicidad Turística del Estado de Sonora (2011- 2018) 607

Alfonso Corte López
María Del Rosario Soto Federico
Ciro Moisés Romo Puebla
Rebeca Patricia Grajeda Grajeda
Carlos Jiménez García

Introducción



Apartado A

Dimensión subjetiva de
las organizaciones

La construcción de la identidad organizacional a partir de la relación entre la cultura y la comunicación organizacional

Modalidad: Protocolo de Investigación

Olga Navarrete Mondragón

Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa

San Rafael Atlixco No. 186, Col. Vicentina, Iztapalapa. C.P. 09340, Ciudad de México

La construcción de la identidad organizacional a partir de la relación entre la cultura y la comunicación organizacional

Resumen

La construcción de la *identidad organizacional*, es un fenómeno relevante en el estudio de las organizaciones; al ser considerada como la resultante de la participación de los integrantes de la organización. Las organizaciones se perciben como un espacio social, esencial para la vida del ser humano; en ellas se construyen y reconstruyen las identidades. El objetivo de este proyecto de investigación es analizar la construcción de la identidad organizacional a partir de la relación entre la cultura y la comunicación organizacional. La noción de cultura que se asume para este propósito es que las organizaciones en sí mismas son fenómenos productores de cultura, debido a que ésta no es algo que se impone, sino que se desarrolla durante el curso de la interacción social. La perspectiva cultural, de origen antropológico, agrega una variable al estudio de las organizaciones, la *identidad*, la identidad organizacional, se aborda como resultado del dialogo entre actores sociales y en sí lo que permite distinguir a una organización como única y diferente ante otras. El proyecto se pretende llevar a cabo en una industria automotriz; debido a su impacto en México, esta industria ha llegado a ocupar lugares importantes en la economía de los países latinoamericanos, la producción mundial de automóviles, hoy en día es fuente de empleo y un espacio para abordar este paradigma. Para el orden metodológico se usarán técnicas cualitativas para describirlo.

Palabras clave: construcción social, expresión cultural, sistema simbólico y lenguaje.

Planteamiento del problema

El estudio de las organizaciones es imprescindible para las ciencias sociales y humanas; ya que prácticamente cualquier tipo de relación ya sea social, cultural, económica y/o política se lleva a cabo dentro de organizaciones, debido a que “nacemos dentro de organizaciones, somos educados por ellas y la mayor parte de nosotros consumimos buena parte de nuestra vida trabajando para organizaciones. Empleamos gran parte de nuestro tiempo libre gastando, jugando, y rezando en organizaciones. La mayoría de nosotros morirá dentro de una organización, cuando llegue el día del entierro la organización más grande de todas –el Estado– deberá otorgar su permiso oficial” (Etzioni, 1986, p. 1). A pesar de que vivimos en un mundo de organizaciones desde que nacemos, no hace más de un siglo estas estaban menos presentes en el panorama social (Pfeffer, 2000).

Dado que estas existen desde los inicios de la sociedad, es posible concebirlas como elementos que articulan y estructuran a la sociedad y la convierten en organizada y organizacional al mismo tiempo, en este sentido es preciso pensarlas como un espacio social vital por excelencia donde nos construimos y reconstruimos como seres sociales, en donde de acuerdo con Montaña (2007) miramos al otro no simplemente como una fuente de información sino como un ser humano que busca constantemente reconstruirse.

Al caracterizar a la sociedad contemporánea como sociedad de organizaciones, la organización se convierte es una institución social dominante en nuestras vidas, sin embargo, existe un proceso de influencia mutua, ya que ésta influye en nuestras vidas y el crecimiento de la sociedad que constituimos las

transforma y de este modo se mantiene y se reproduce según sea el crecimiento de la sociedad. Scott (1981) señala que un indicador de la importancia de las organizaciones es su prevalencia en cada campo de la vida social, las organizaciones racionalizan la vida de las personas, de alguna manera ejercen dominación; ya que condicionan, limitan y restringen los objetivos que persiguen las personas. Así mismo las organizaciones son de importancia social por su ubicuidad, su impacto en el poder y el estatus, sus efectos en la personalidad y el desempeño.

Para comprender el fenómeno organizacional, nos apoyamos del constructo *Estudios Organizacionales*, que tiene como objeto de estudio la organización, sin embargo, ésta no ha sido definida, en el sentido de que existen múltiples interpretaciones sobre qué es una organización, lo que dificulta el consenso del concepto.

Desde la perspectiva de los Estudios Organizacionales, la organización es un entramado de situaciones diversas que no buscan un común denominador a manera de cierta universalización, presenta rasgos particulares de cada organización, circunscrita por una historia y un tiempo específicos. Este carácter social hace que en la organización se entrecrucen diversas lógicas de acción en donde múltiples actores propugnan por disímiles proyectos sociales y, por lo mismo, distintas interpretaciones del sentido institucional, reflejando intereses particulares, como también ilusiones, fantasías y angustias (Montaño, 2004).

En este sentido la identidad organizacional es una temática importante a nivel teórico, debido a que proporciona elementos valiosos para análisis empíricos

brindando formas creativas para comprender una amplia variedad de contextos y fenómenos organizacionales (Alvesson, Ashcraft y Thomas, 2008).

El estudio de la identidad organizacional resulta útil y pertinente para ampliar el conocimiento sobre el comportamiento de los seres humanos que interactúan dentro de organizaciones, asimismo permite comprender el deseo permanente y subyacente de generar congruencia o encaje de ciertas actitudes y comportamientos personales con lo establecido por la organización. Esto podría implicar también reevaluar las creencias fundamentales del individuo, o presionar a la organización para que haga cambios en sus prácticas, pudiendo llevar a reconsiderar la relación misma del individuo con la organización (Foreman y Whetten, 2002).

En el campo de los Estudios Organizacionales se ha desarrollado una literatura que da cuenta de la identidad como un proceso de construcción y reconstrucción a través de una interacción dinámica en la que un individuo es modelado bajo una determinada identidad por otros (Karreman y Alvesson, 2001).

El presente proyecto de investigación se sustenta en los supuestos de la construcción social, donde la realidad es un producto humano resultado de la interacción social, es accesible desde el campo de los estudios organizacionales de manera práctica, asimismo estos supuestos han sido determinantes para comprender diferentes fenómenos organizacionales bajo esta perspectiva, debido a que permite dar cuenta de la complejidad de la realidad organizacional, entendiendo a la organización como un espacio social, en este sentido las organizaciones son construcciones sociales que influyen y modifican el

comportamiento de los individuos, no sólo en el espacio organizacional, sino en otros ámbitos, esto nos permite interpretar a la organización como sistema complejo y delimitado en el espacio socio cultural, dentro de este marco ubicamos el problema central de la investigación.

El problema de investigación está relacionado con analizar la construcción de la identidad organizacional a partir de la relación entre la cultura y la comunicación organizacional interna. Lo anterior implica identificar, describir y analizar los elementos que componen la cultura organizacional y el proceso de la comunicación organizacional, además de caracterizar la identidad organizacional con base en el enfoque de los Estudios Organizacionales.

Se buscará a través de estos elementos dar cuenta de una parte de la compleja realidad organizacional y desde el punto de vista de los Estudios Organizacionales partiendo del análisis de los elementos que están inmersos en el proceso de comunicación y los elementos que integran la cultura organizacional al interior de la organización, para establecer las características de la identidad organizacional y la forma en cómo se construye a través de la relación de estos elementos.

Pregunta central de investigación

¿Cuál es el papel de la comunicación organizacional interna y la cultura organizacional en la construcción de la identidad organizacional?

De la pregunta central, se derivan las siguientes preguntas específicas:

- ¿Qué elementos conforman la cultura organizacional?
- ¿Qué elementos integran el proceso de comunicación organizacional?
- ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de comunicación interna en la organización?
- ¿Cómo se constituye la identidad organizacional?
- ¿Qué caracteriza la identidad organizacional?
- ¿Qué papel juega la cultura organizacional en la construcción de la identidad organizacional?
- ¿Cómo se relaciona la comunicación con la identidad organizacional?

Objetivos

General: Analizar la construcción de la identidad organizacional a partir de la relación entre la cultura y la comunicación organizacional interna.

Particulares:

- Identificar los elementos de la cultura organizacional.
- Identificar los elementos del proceso de la comunicación organizacional.
- Analizar cómo se constituye la identidad organizacional.
- Describir las características de la identidad organizacional.

Justificación

La pertinencia teórica, se sustenta en ver a la industria automotriz desde una perspectiva organizacional. Dentro de las líneas de investigación del Posgrado en Estudios Organizacionales, se encuentra *la vida simbólica en las organizacionales*¹, donde se ubica la temática del proyecto de investigación.

En cuanto a la relevancia social, el conocimiento generado sobre la industria automotriz requiere comprenderla como construcciones sociales, no únicamente como constructos racionales. Desde una perspectiva social, las prácticas en las organizaciones dependen de la organización y de los procesos psicosociales que se efectúen en ella, los participantes se piensan como actores sociales y productores de su realidad social en tanto que la organización es un ente dinámico que está en constante transformación.

Es relevante fijar la atención en una organización de la industria automotriz debido a que es de suma importancia en la sociedad moderna, de acuerdo con ProMexico (2016) este tipo de industria es una de las más dinámicas y competitivas de México y se ha consolidado como un jugador importante del sector a nivel global. En las últimas décadas, México ha llamado la atención de los principales actores del sector automotriz debido al crecimiento sostenido en la producción de vehículos

¹ En ésta línea se estudian los aspectos simbólicos de la vida cotidiana que resultan significativos para la comprensión de la dinámica social de las organizaciones y que han sido relegados a un segundo plano frente a la contundencia de la visión racional estratégica.

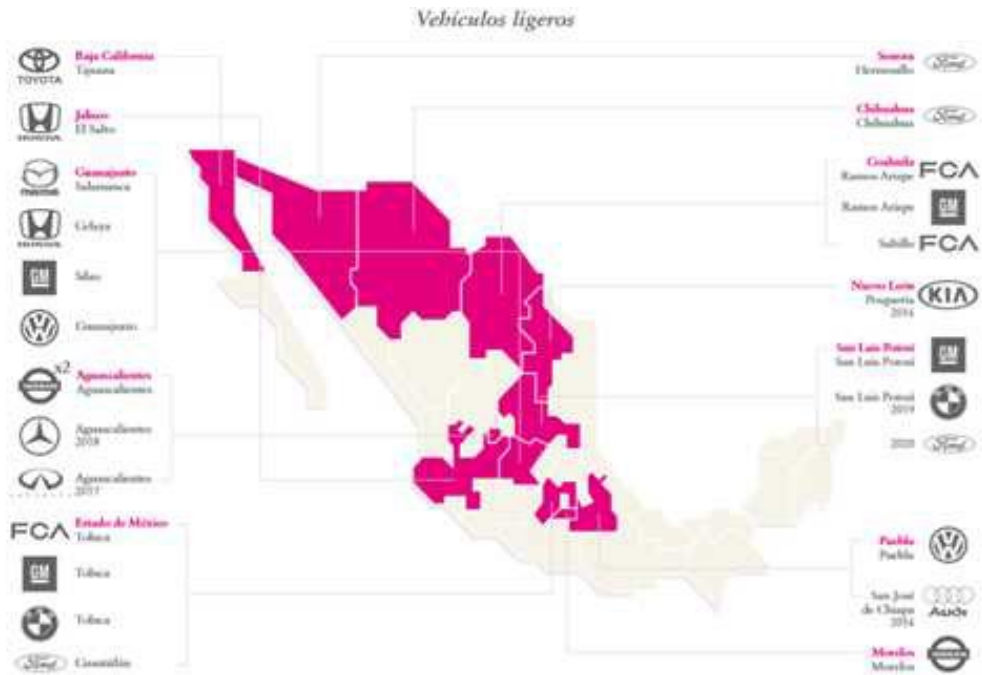
y autopartes, así como a la fortaleza y las perspectivas de crecimiento de su mercado interno.

La industria automotriz en México desempeña un papel estratégico en la actividad económica del país, ya que representa una plataforma para la producción y exportación a nivel internacional. Asimismo, es relevante debido a su alta contribución a la producción, tanto nacional como manufacturera, además de que integra un elevado encadenamiento productivo con otras ramas industriales, incluso en las globales (a nivel internacional) creando así un efecto multiplicador al valor agregado nacional y al empleo; además de su importancia como generador de divisas para el país (Boletín del sector industrial del Centro de Estudios de Finanzas Públicas, 2017).

El sector automotriz terminal y de autopartes en México ha sido impulsado por la presencia productiva de 10 de las principales empresas armadoras de vehículos (ligeros y pesados) en el mundo: General Motors, Ford, FCA, Volkswagen, Nissan, Honda, BMW, Toyota, Volvo Trucks y Mercedes-Benz Trucks. Recientemente Audi, BMW, Mercedes-Benz, Infiniti y Kia Motors anunciaron nuevos proyectos en México, con lo que se suman a la lista de armadoras de vehículos ligeros con presencia en el país. En el rubro de vehículos pesados, en México se cuenta con operaciones de manufactura de compañías como Daimler, Kenworth, Hino, Isuzu, Mercedes-Benz, Volvo, Man, entre otras. En los siguientes mapas se ubica a las principales armadoras de vehículos ligeros y pesados en México (ProMexico, 2016).

Mapas

Armadoras de vehículos ligeros y pesados en México 2015



Fuente: ProMexico (2016)

Programa de trabajo

CRONOGRAMA				
PERIODO DE TIEMPO	Trimestre III (Del 7 de mayo al 27 de julio de 2018)	Trimestre IV (Del 17 de septiembre al 13 de diciembre de 2018)	Trimestre V (Del 21 de enero al 12 de abril del 2019)	Trimestre VI (Del 6 de mayo al 26 de julio del 2019)
ACTIVIDAD	Elaboración del marco teórico.	Propuesta del aparatado metodológico. Hacer contacto con la organización.	Aplicación de los instrumentos para la recolección de los datos.	Interpretación de los datos. Redactar los resultados y presentarlos.

Fuente: elaborado por el autor

Propuesta de desarrollo teórico

Organizaciones

Desde el análisis sociológico de Silverman (1985) la naturaleza de la **organización** está determinada por una complejidad inherente implicando un conjunto de sistemas de roles construidos socialmente entre las expectativas individuales y organizacionales instauradas en la legitimidad de su función como miembro, así como el compromiso y adhesión al sistema, este análisis aporta elementos a la comprensión de la organización y a su naturaleza (ver figura 1):

Las expectativas y los roles son contruidos socialmente entre las orientaciones individuales y las consecuencias de sus actos.
La legitimidad de los actos y comportamientos de los individuos pueden adherirse al objetivo organizacional con base en el cumplimiento o divergencia entre sus expectativas.
Las expectativas y roles organizacionales cambian en el tiempo, en este sentido, se incorpora la idea del dinamismo a la organización, delimitada en espacio y tiempo
El investigador deberá tener en cuenta que, para comprender la naturaleza de la organización, debe de comprender los comportamientos y los significados de los individuos, entre el deseo y el deber ser con base en la dinámica social de la organización.

Figura 1: Elementos para comprender a la organización y su naturaleza, elaborado por el autor con base en Silverman (1985).

Silverman (1985) a partir de su enfoque sociológico define a la organización como: “el resultado de la interacción de personas motivadas que intentan resolver sus propios problemas. Además, sería provechoso considerar el contexto en el que está ubicada la organización como fuente de significados mediante los cuales los miembros definen sus acciones y atribuyen sentidos a las acciones de los demás” (p. 161), lo que nos lleva a entender a la organización como un constructo social², sin embargo no es posible entender a la organización como una entidad social concreta, ya sea que esté socialmente construida o no, que posea un carácter duradero y una serie de características y tendencias, sino en vez de esto “la

² Berger y Luckmann (2001) afirman que la vida cotidiana implica un mundo ordenado mediante significados compartidos por la comunidad, su obra *La construcción social de la realidad* se centra en la afirmación de que los sujetos crean la sociedad y ésta se convierte en una realidad objetiva que, a la vez, crea a los sujetos. “La sociedad es un producto humano. La sociedad es una realidad objetiva, el hombre es un producto social” (p. 61).

organización es un proceso tedioso de fabricación interminable, más que una cosa sólida y estática” (Gonzales, 2014, p. 47).

En el mismo sentido, para Montaña (2007) “la organización no es sólo un lugar donde se juegan diversas apuestas, tanto en el terreno social como personal. La organización la podríamos entonces pensar, como un espacio social con fronteras difusas, con múltiples centros dinámicos en el que se depositan esperanzas y desencantos, un espacio de encuentros y desencuentros” (p. 18).

Para efectos de este trabajo retomaremos la idea de la organización como “una construcción social” aunada a la concepción de Smircich y Stubbart (1985) quienes definen a la organización como el “grado en que un conjunto de personas comparte creencias, valores y supuestos que fomentan el refuerzo de las interpretaciones de sus propios actos y los actos de otros” (p. 727). A partir de esta conceptualización, las variables internas se toman en consideración para abordar y estudiar la realidad organizacional.

Identidad e identidad organizacional

La identidad ha sido considerada como un fenómeno subjetivo, de elaboración personal, que se construye en interacción con otros simbólicamente. De acuerdo con Pastor y Roberts (2005) la palabra identidad proviene del latín “*identitas*” derivada a su vez de “*idem*” que significa lo mismo, en el lenguaje cotidiano puede aplicarse a objetos, individuos, grupos, entes materiales y también inmateriales, es útil para describir lo mismo características singulares que para agrupar particularidades atribuibles a un colectivo.

De manera general Välimä (1998) establece que la identidad es un “proceso basado en el dialogo, donde el desarrollo y cambio en la identidad se basa en continuos diálogos con los otros significativos. Naturalmente los otros significativos, pueden cambiar durante el tiempo de vida. Así, las preguntas, “quién soy”, “a dónde pertenezco”, estructuran nuestra auto comprensión a través del tiempo de vida” (p.131). De acuerdo con Moessinger (2000), “la identidad se puede describir como un mecanismo de control sobre el ser humano, una especie de “termostato social”, consecuencia de factores sociales, de los cuales el individuo no está siempre consiente; mientras que el cambio hacia un nuevo equilibrio o identidad, se debe “a la actividad (no necesariamente consiente) del individuo en su medio ambiente” (p. 2), en este sentido se puede entender a la identidad como el factor que regula el comportamiento; ya que la concibe como un elemento que controla y guía la conducta de los individuos.

En lo que respecta a los estudios de identidad organizacional, están presentes en diferentes ciencias, tales como la antropología, la psicología y la sociología principalmente, diversos autores la conceptualizan de acuerdo al área de conocimiento donde empleen el término y coinciden en el hecho de buscar explicar la relación entre el individuo y la sociedad, incluyendo las organizaciones que están inmersas en ésta relación, de este modo se han desarrollado un conjunto de teorías y corrientes sobre el tema Contreras-Armenta y Hernández (2011) resumen los diferentes conceptos que los autores les han dado a la identidad organizacional (ver tabla 1):

Tabla 1*Conceptualización de la identidad organizacional y autores relevantes*

TIPOLOGÍA DE LA IDENTIDAD	AUTOR(ES)
Central, distintiva y duradera, es decir, un conjunto de afirmaciones o historias persistentes acerca de la naturaleza única de la organización	Albert y Whetten (1985)
Una comprensión común, trasladando la atención de lo que es explícitamente afirmado al conjunto de estructuras cognitivas compartidas de los miembros de la organización	Gioia, et al. (1994)
Cultura, imagen, visión, misión, lógica dominante, identidad corporativa, marca corporativa, y reputación	Hatch y Schultz, (2000); Pratt y Foreman, (2000); Pratt, (2003)
Algo que las organizaciones "tienen": un rasgo, potencialmente un activo o un recurso	Fiol, (1991); Gioia, (1998)
Un proceso continuo, como algo que "ocurre" en las organizaciones y está continuamente en desarrollo	Gioia, Schultz, & Corley, (2000); Hatch & Schultz, (2002).
Grado en que los miembros de una organización incorporan identidades organizacionales clave dentro de su identidad	Dutton, Dukerich & Harquail, (1994).

Fuente: (Contreras-Armenta y Hernández, 2011, p. 169).

Cultura y cultura organizacional

Las nociones de cultura son diversas, esto complica el estudio debido a que para el análisis organizacional se deben tomar posturas. La cultura en sí es un concepto que no se puede encasillar, de acuerdo con Schein (1997), el término se usa para referirse a los rituales de las sociedades para el desarrollo de su historia, en cuanto a la cultura organizacional es un reservorio interiorizado de valores, normas y código

simbólicos, que contribuyen no sólo a la producción y reproducción del orden social, sino también a su transformación Sainsaulieu (1977). Para Schein (1988) son “respuestas que ha aprendido el grupo ante sus problemas de subsistencia en su medio externo y ante sus problemas de integración interna” (p. 24). Es preciso partir de nociones básicas para posteriormente hacer nociones elaboradas, estas definiciones han sido y nos pueden ayudar para entender algo de las organizaciones, es crucial revisar la literatura base donde los teóricos construyen estos los conceptos y después volver a lo organizacional para estudiar los elementos de la cultura en este campo.

A pesar de que existen diferentes conceptos de cultura, dependiendo la perspectiva, todos coinciden en: que es un fenómeno de carácter social, es un conjunto complejo y coordinado de formas que son compartidas por los humanos y se forma por un conjunto de componentes cognoscitivos, intelectuales, psicomotores, afectivos y relacionales, etc. Para el estudio de las organizaciones a través de este enfoque es preciso tener claras las características del concepto y los temas principales temas de la corriente como se expone en el siguiente esquema

Esquema 1

El estudio de la cultura en las organizaciones



Fuente: Elaborado por el autor con base en Smircich (1983), Schein (1997), Deal y Kennedy (1985) y Wu (2006).

Esta corriente de origen Antropológico, agrega una variable al estudio de las organizaciones, la *identidad*, esta va cambiando a través del tiempo, además de que también existen identidades fragmentadas.

En términos funcionales la cultura permite entender en parte porque una organización funciona como lo hace, podemos ver la parte superficial y describirla, el uso de este enfoque es útil para entender los valores más profundos que están arraigados en términos institucionales. La cultura se estudia en y alrededor de la organización, en, hace referencia a la Cultura Organizacional (C.O) y Cultura

Corporativa (C.C) y alrededor, al análisis transcultural, es decir a la cultura que está alrededor de la organización, en el ambiente.

La CO, está más ligada con los Estudios Organizacionales debido a su carácter analítico, se interpretan expresiones culturales para entender a la organización como tal, mientras que la CC, está más ligada a la Administración, tiene más relación con la práctica, la lógica es hacer más eficiente para a la organización.

Las organizaciones son en sí mismas fenómenos productores de cultura, se analiza y documenta como se crea entre los miembros no como se construye deliberadamente por alguien, la idea es cómo se va construyendo, no como alguien en términos deliberados quiere crear algo, en el entendido de que es una construcción social, solo se puede ver como se construye. La C.O implica lo que la organización es, como un todo, por lo que incluye a la C.C. La C.O puede tener varias expresiones tales como: diferenciación, fragmentación e integración, mientras que, en la C.C, sólo existe la idea de integración.

La comunicación y comunicación organizacional

La palabra **comunicación** tiene un sin fin de interpretaciones; recurriendo a su raíz etimológica, comunicar que proviene del latín *comunicare* participar en común, poner en relación, con otra aceptación “la palabra comunicación proviene del latín *communis*, “común”, al comunicarnos pretendemos establecer algo “en común” con alguien o, lo que es lo mismo, tratamos de compartir alguna información, alguna idea o actitud” (Fernández y Dahnke, 1990, p.3), en este sentido

cuando nos comunicamos buscamos la manera de establecer una comunidad con el otro.

La comunicación organizacional se refiere a “un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente sus objetivos” (Fernández, 1995, p. 31).

En este sentido es un proceso que posibilita la construcción de significados comunes y consenso pero que también incluye la posibilidad de encontrar fragmentación y ruptura. La comunicación organizacional es a la vez, acto, objeto y medio de la puesta en común o de la transmisión, relacionada con la información operativa o funcional, con los sistemas de información y procedimientos de coordinación y con la comunicación interna y externa de la organización (Bartoli, 1992). Asimismo, la comunicación organizacional es a la vez, acto, objeto y medio de la puesta en común o de la transmisión, relacionada con la información operativa o funcional, con los sistemas de información y procedimientos de coordinación y con la comunicación interna y externa de la organización.

En el campo de la comunicación organizacional existen principalmente dos tipos de comunicación: la interna y externa, cuya principal característica que las distingue es el target. Para el desarrollo de la temática el tipo de comunicación que se usará es la comunicación interna, la cual según Muñiz (2014) está dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas

necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido, que comprende un “conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización, para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados, para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales” (Martín, 1997, p. 23), esta comunicación constituye uno de los elementos centrales en la organización.

Como propuesta teórica se busca establecer una relación entre la cultura y la comunicación organizacional con la identidad organizacional, en este sentido la identidad es la base de análisis de la organización del presente trabajo, pero no es posible analizar su construcción sin tomar en consideración conceptos clave como la comunicación y la cultura organizacional; ya que es a partir de la relación de estos elementos que se explicará cómo se construye.

Tabla 2

Resumen del desarrollo teórico

Organización	<p>Espacio social con fronteras difusas, con múltiples centros dinámicos en el que se depositen esperanzas y desencantos, un espacio de encuentros y desencuentros (Montaño, 2007).</p> <p>Grado en que un conjunto de personas comparte creencias, valores y supuestos que fomenten el refuerzo de las interpretaciones de sus propios actos y los de otros (Smircich y Stubbart, 1985).</p>
Identidad	<p><i>-Interaccionismo simbólico y teoría de la identidad:</i> la identidad es construida en las interacciones sociales y preservadas e interrelaciones con otra gente. Una identidad única resulta de una compleja compilación de diferencias y similitudes. Se argumenta que nuestro sentido del yo se encuentra ampliamente basado en las percepciones de otros. Mead (1934) y Goffman (1959).</p> <p><i>-Teoría de la identidad social y auto-categorización:</i> auto-categorización de los individuos como miembros de grupos. La teoría en sí, se enfoca en la percepción de los individuos. Tajfel y Turner (1985), Ashforth y Mael (1989), Brewer y Gardner (1993) y Turner (1987).</p>
Identidad Organizacional	<p>Serie de identificaciones que demarcan ciertos marcos de referencia en el comportamiento de los integrantes, involucra un significado de autoreferenciación, es un fenómeno social que surge en el momento en que un miembro de la organización se pregunta ¿Quién soy? y ¿Quiénes somos? Albert y Whetten (1985)</p> <p>-Significado compartido de la organización a partir de la conciencia de pertenencia y la diferenciación de los otros</p> <p>-El valor significativo y emocional que tienen los individuos de pertenecer a ciertos grupos en la organización.</p>
Cultura	<p>Conjunto coordinado de maneras de actuar, de pensar y de sentir, constituyendo los roles que definen los comportamientos esperados de una colectividad de personas (Duverger, 1983).</p>
Cultura Organizacional	<p>-Conjunto de valores y creencias comúnmente aceptados, consciente o inconscientemente por los miembros de una organización (Hernández, 1995).</p> <p>-Manera en que las organizaciones hacen las cosas, establecen prioridades y dan importancia a las diferentes tareas empresariales (Serna, 1997).</p> <p>Como <i>metáfora</i>, se define como sistema de símbolos y significados compartidos, la organización es cultura, el área de interés son: las creencias, valores, las normas, los símbolos, los supuestos, el lenguaje, los mitos y rituales (Smircich, 1983).</p>
Comunicación	<p>Proceso donde las personas en grupos utilizan las herramientas que son provistas por su cultura para crear representaciones colectivas de la realidad (Trenholm, 2001).</p>
Comunicación organizacional	<p>Proceso que posibilita la construcción de significados comunes y consenso pero que también incluye la posibilidad de encontrar fragmentación y ruptura. La comunicación organizacional es a la vez, el objeto y medio de la puesta en común o de la transmisión, relacionada con información operativa o funcional, con los sistemas de información, procedimientos de coordinación y con la comunicación interna y externa de la organización (Bartoli, 1992).</p>

Fuente: elaboración propia con base en Ashforth y Mael (1989), Albert y Whetten (1985), Bartoli (1992), Brewer y Gardner (1993), Contreras-Armenta y Hernández (2011), Duverger (1983),

Fernández (1985), Goffman (1959), Mead (1934), Montañó (2007), Tajfel y Turner (1985), Turner (1987), Trenholm (2001), Smircich (1983) y Smircich y Stubbart (1985), Serna (1997),

Aspectos metodológicos generales

Existen diversos paradigmas de investigación, la palabra *paradigma* hace referencia al lente o enfoque bajo el cual se lleva a cabo la investigación. La mirada epistemológica de la investigación que se plantea en este protocolo es *constructivista*, este paradigma propone una alternativa a la forma de conocer, partiendo del supuesto, de que la realidad es una construcción social, para Castellano (2012), en el constructivismo “el conocimiento es indisociable del contexto sociocultural e histórico específico que le otorga significado” (p.134), por lo que esta investigación va a partir de la consideración de las organizaciones como formas sociales para dar cuenta de la realidad social.

La metodología puede comprenderse como el camino a seguir, mientras que el método se entiende como el conjunto de reglas para conocer el objeto de estudio: Debido a que la investigación pretende estudiar la construcción de la identidad organizacional en relación con la cultura y a comunicación organizacional, al considerar la *construcción de la identidad* como proceso, se requiere un análisis a profundidad, lo que exige el uso de una estrategia metodológica cualitativa, su importancia reside en el cambio de la realidad a partir de la concepción del individuo analizado como sujeto social participante en la transformación del entorno, en este caso de la entidad denominada organización. Asimismo, la investigación cualitativa nos permite entrar al terreno en la significación de los sujetos, en su mundo y sus representaciones (Denzin y Lincoln, 2011).

Se eligió como método de investigación a la etnografía, ya que este método es empleado en las Ciencias Sociales con el objetivo principal de poner especial atención en un grupo de personas haciendo uso de la observación o entrevistas para conocer su comportamiento social, de acuerdo con Rodríguez y García (1999) este método busca aprender el modo de vida de una unidad social concreta, enfocado en cuestiones descriptivo-interpretativas que involucra valores, ideas, lenguaje, relaciones sociales, prácticas de los grupos, etc.

La construcción de la identidad, la cultura y la comunicación son fenómenos que están relacionados con múltiples variables, que se ubican tanto al interior como al exterior de las organizaciones y/o en el contexto donde se encuentran. Esta complejidad indica que es necesario hacer un estudio de caso, lo que permitirá estudiar el fenómeno como una totalidad, ya que “los estudios de caso se basan en información de tipo cualitativo, aunque algunos cuentan con información de tipo cuantitativo (...) y frecuentemente se usan para dirigirse a cuestiones descriptivas y normativas, cuando no existe el requerimiento de generalizar hallazgos” (Ruiz, 1996, p. 74-75), el objetivo de este método es estudiar a detalle la unidad de análisis, recolectando datos que se analizan, validan e interpretan para dar cuenta del fenómeno.

Las herramientas para la recolección de los datos que se pretenden usar son las siguientes:

- a) *Entrevista*: semiestructurada y no estandarizada, de acuerdo con Hernández (2010) este tipo de entrevistas permite al investigador establecer un orden para las preguntas, otorgándole libertad de

agregar preguntas que sean necesarias durante la entrevista para profundizar en aspectos indispensables. En cuanto a que sea no estandarizada según Kerlinger (1988), la entrevista puede contener una serie de preguntas previamente preparadas, sin embargo, el contenido, la secuencia y la redacción puede ser modificada por el entrevistador cuando lo considere pertinente para obtener información complementaria.

b) *Observación no participante*: se caracteriza por llevar a cabo el estudio sin participar con el objeto de estudio, de tal modo que sea posible observar el objeto en su estado natural, sin alterar el fenómeno por el simple hecho de estudiarlo. Existen dos tipos de observación no participante: *directa e indirecta*, la primera se enfoca en estudiar directamente el objeto de investigación mientras que la segunda, el estudio se realiza a través de interpretar contenido de cualquier clase de documentos como archivos, textos, prensa y documentos varios. Se ocupará esta técnica de para el desarrollo de la investigación, para analizar los documentos relevantes de la organización para localizar los recursos de la comunicación que le son propios y forman parte de su identidad.

Especificación sobre dónde se realizará el estudio de caso

El estudio se llevará a cabo en la armadora Volkswagen de México S.A. de C.V, empresa filial de Volkswagen establecida en 1964 ubicada en Puebla, en el

Municipio de Cuautlancingo, se eligió como objeto de estudio debido a que es la segunda armadora más importante de Volkswagen a nivel mundial, lo que impacta en la sociedad mexicana de manera importante, actualmente laboran aproximadamente 14,000 personas, lo que convierte a la empresa en uno de los complejos automotrices más grande de México, en ésta planta se realizan diferentes actividades para el ensamblado de vehículos como: estampado; construcción de carrocerías; pintura y montaje.

Referencias

- Albert, S. y Whetten, D. (1985). *Organizational identity*. En Larry L. Cummings., y Barry M. Sta (editores). *Research in organizational behavior. An annual series of analytical essays and critical reviews*, p. 263-295. Greenwich: JAI Pres.
- Ashforth, B. y Mael, F. (1989). *Social Identity Theory and the Organization*. *Academy of Management Review*, 4, pp. 20-39.
- Alvesson, M., Ashcraft, L. y Thomas, R. (2008). Identity Matters: Reflections on the construction of identity scholarship in Organization Studies. *Organization*, 15 (1), pp. 5-28.
- Bartoli, A. (1992). *Comunicación y Organización. La organización comunicante y la comunicación organizada*: Buenos Aires: Paidós.
- Brewer, M. y Gardner, W. (1996). Who is this “we”? Levels of collective identity and self-regulations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, pp. 89-93.
- Castellano, Ma. (2012), *Definiciones teóricas y áreas de investigación propuestas desde el constructivismo*, en publicaciones latinoamericanas de psicología y educación presentes en la base de datos Redalyc Perú, Volumen 2.

Centro de Estudios de Finanzas Públicas. (2017). Boletín Sector Industrial: *La Industria Automotriz en México y el Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN)*. Recuperado de:

<http://www.cefp.gob.mx/publicaciones/boleco/2017/becefp0072017.pdf>

Contreras-Armenta, C. y Hernández, R. (2011). *Antecedentes teóricos y niveles de análisis de la identidad organizacional*. Revista electrónica Nova Scientia, pp.158 - 179.

Deal, E. Terréense y Allan A. Kennedy (1985). *Culturas Corporativas. Ritos y Rituales de la vida organizacional*, México: Fondo Educativo Interamericano, pp. 3-39.

Denzin, N. y Lincoln, Y. (2011). *Introduction. The Discipline and Practice of Qualitative Research*. En *The SAGE handbook of qualitative research*, pp. 1-13.

Duverger, M. (1983). *Sociología de la política*. Barcelona: Ariel.

Etzioni, A. (1965). *Organizaciones Modernas*. México: Prentice Hall.

Fernández, C. (1995). *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas.

Fernández, C. y Dahnke, G. (1986). *La comunicación humana*. México: McGraw-Hil.

Goffman, E. (1959). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.

Gonzalez-Miranda, D. (2014). *Los Estudios Organizacionales. Un campo de conocimiento comprensivo par el estudio de las organizaciones*. En *Innovar*, 24 (54), pp. 43-58.

Hernández, S. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hil.

Karreman, D. y Alvesson, M. (2001). Making newsmakers. *Organization Studies*, 22 (1), pp. 59-90.

Kerlinger, F.N. (1988). *Investigación del comportamiento*. México: Interamericana.

Martín, F. (1997). *Comunicación en empresas e instituciones: de la consultora a la dirección de comunicación*, España: Universidad de Salamanca

Mead, G. (1934). *Mind, self and society*. Chicago: University of Chicago Press.

Moessinger, P. (2000). Le jeu de l'identité. París: PUF. Reseña realizada por De Gaulejac, Vincent (2001), *Ethnologie française*, núm. 3, 561-562 julioseptiembre. Presses Universitaires de France.

Montaño, L. (2004). El estudio de las organizaciones en México, una perspectiva social. En L. Montaño Hirose (Ed.), *Los estudios organizacionales en México. Cambio, poder, conocimiento e identidad*. México: UAM-I, Universidad de Occidente, Miguel Ángel Porrúa, pp. 9-39.

Montaño, L. (2007). *Enigmas y laberintos. Eugene Enriquez y el análisis organizacional*. México: UAM Iztapalapa y REMINEO.

Muñiz, R. (2014). *Marketing en el Siglo XXI*. 5ª Edición. Madrid: Centros de Estudios Financieros.

Pastor, B. y Roberts E. (2005) *Diccionario etimológico indoeuropeo de la lengua española*. México: Alianza Editorial.

Pfeffer, J. (2000). *Nuevos rumbos en la Teoría de la Organización. Problemas y posibilidades*. México: Oxford.

- ProMexico (2016). *La Industria Automotriz Mexicana: Situación Actual, Retos y Oportunidades*. Octubre 2016, ProMexico.
- Rodríguez, G. y García, E. (1999). *Metodología de la Investigación Cualitativa*, Málaga, Segunda edición, Ediciones Aljibe.
- Ruiz, J. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Universidad de Deusto: Bilbao.
- Sainsaulieu, R. (1977). *L'identité au travail: les effets culturels de l'organisation*. París: Fundación Nacional de Ciencias Políticas.
- Serna, H. (1997). *Gerencia Estratégica: Planeación y Gestión – Teoría y Metodología*. 3R Editores. Bogotá.
- Scott, R. (1981). Capítulo 1: The subject is organizations in *Organizations en Rational, natural and open systems*. New Jersey: Prentice Hall, pp. 3-26.
- Silverman, D. (1985). *Teoría de las organizaciones*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Schein, E. (1988). *La cultura empresarial y el liderazgo. Una visión dinámica*. Plaza & Janes Editores. P.
- Schein, E. (1997). *Organizational culture and Leadership*, Jossey-Bass, San Francisco CA, pp. 3-27.
- Smircich, L. (1983). *Concepts of culture and organizational analysis*, en *Administrative Science quartely*, (28) 3, pp. 339-358.
- Smircich, L. y Stubbart, C. (1985). Strategic Management in an Enacted World. *Academy of Management Review*, 10(4), pp. 724-736.

Turner, J.(1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Oxford: Blackwell.

Tajfel, H. y Turner, J. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. En W. G. Austin y S. Worchel (Eds). *The social psychology of intergroup relations*. Monterey, CA: Brooks/Cole, pp. 33-47.

Trenholm, S. (2001). *Thinking through Communication. An Introduction to the Study of Human Communication*. USA: Allyn and Bacon.

Välilä, J. (1998). Culture and Identity in Higher Education Research. *Higher Education*, 2 (36), pp. 119-138.

Wu, M. (2006). "Hofstede's Cultural Dimensions 30 Years Later: A Study of Taiwan and the United States", *Intercultural Communication Studies*, XV 1, pp. 33-42.

La identidad organizacional en el proceso de construcción del compromiso organizacional: el caso de una empresa contratista

Modalidad: Protocolo de Investigación

Hernández Torres José Luis

Universidad Autónoma Metropolitana

Prol. Canal de Miramontes 3855, Ex de San Juan de Dios, 14387, Ciudad de México.
Código Postal: 07080

La identidad organizacional en el proceso de construcción del compromiso organizacional. El caso de una empresa contratista.

Resumen

La identidad organizacional y el compromiso organizacional son dos temas de estudio cuya importancia es vital para comprender los fenómenos organizacionales; esto, debido a la creciente complejidad de las sociedades actuales que repercute a su vez, en el principal espacio donde se desarrollan: la organización. A través de un acercamiento a la identidad y al compromiso, como objetos de estudio, estos nos pueden permitir reconocer o conocer áreas o problemáticas no tan exploradas en el análisis organizacional y, por otra parte, en tanto conceptos analíticos, estos nos proporcionan herramientas teóricas para abordar los problemas desde otra perspectiva que permita generar nuevas interpretaciones del fenómeno organizacional. De acuerdo con lo anterior, el objetivo de la presente investigación es establecer la relación y las diferencias que guardan la identidad y el compromiso organizacional en tanto objetos de estudio y conceptos analíticos, para revelar aspectos de la organización vinculados a una empresa con una forma organizacional burocrática. Lo anterior supone exponer que ciertos problemas organizacionales de la empresa estudiada están estrechamente relacionados con la identidad organizacional y que, a su vez, estos tienen por corolario una deformación en el compromiso organizacional de los empleados hacia a la organización.

Palabras clave: identificación, conflictos de identidad, deformaciones del compromiso organizacional, estructura burocrática.

Planteamiento de la problemática de la investigación

El momento actual en el que están inmersas nuestras sociedades se presenta como caótico y confuso. Nuevas problemáticas y nuevos fenómenos sociales, nunca antes vistos, se han originado y siguen desarrollándose, provocando a su paso el nacimiento de otras cuestiones que complejizan cada vez más la comprensión de las realidades. En este sentido, existen muchas maneras o propuestas de acercarnos a una interpretación de lo que sucede. Una de esas propuestas está representada por los Estudios Organizacionales (EO), campo de estudio con una larga tradición en los países anglófonos, pero relativamente nuevos en México y América Latina. Dicho campo de estudio se encuentra constituido por una serie de disciplinas y ciencias como la sociología, la administración, la psicología, la física, la biología, etc., y que han aportado distintos enfoques que pueden englobarse en tres grandes metáforas: la mecánica, la orgánica y la cultural (Barba y Solís; 1997).

En este contexto, como su nombre lo indica, para los EO, la organización es el eje central que articula las investigaciones para la comprensión de los fenómenos sociales estudiados como fenómenos organizacionales. De ahí que algunos de los temas que aborda la literatura en los EO sean la sociedad, sus individuos y sus problemáticas desde una perspectiva organizacional:

Our society is an organizational society. We are born in organizations, educated by organizations, and most of us spend much of our lives working for organizations. We spend much of our leisure time paying, playing, and praying in organizations. Most of us will die in an organization, and when time comes for burial, the largest organization of all –the state– must grant official permission. (Etzioni, 1964, p.1)²

Según las palabras de Etzioni, se puede apreciar que la particularidad principal de la sociedad actual es su carácter organizacional, entonces se revela la importancia de las investigaciones en torno a la organización para aproximarnos a una mejor comprensión del mundo que nos rodea y los problemas que plantea.

De acuerdo con lo anterior, es importante buscar, entre todos los enfoques del campo de estudio, las adecuadas propuestas teóricas para analizar, interpretar y comprender dichos fenómenos. En este sentido, la presente investigación se enmarca en el campo de conocimiento de los EO, tomando como principal enfoque la Identidad Organizacional.

La preocupación por cuestiones referentes a la identidad no es nueva, los antiguos filósofos griegos, en especial Aristóteles dedicaron grandes horas de reflexión para entender la identidad.³ Con el paso del tiempo, otras disciplinas como la antropología, la psicología, el psicoanálisis y la sociología desarrollaron un propio

² Traducción libre: "Nuestra sociedad es una sociedad organizacional. Nacemos en organizaciones, somos educados por organizaciones, y la mayoría de nosotros para mucho tiempo de nuestras vidas trabajando para organizaciones. Nosotros pasamos mucho de nuestro tiempo libre pagando, jugando y rezando en las organizaciones. La mayoría de nosotros morirá en una organización, y cuando sea momento de nuestro entierro, la organización más larga de todas –el estado– deberá conceder permiso oficial".

³ Para una búsqueda más exhaustiva con respecto a las reflexiones sobre identidad que realizó Aristóteles, se recomienda consultar los Tratados de lógica, en especial el libro VII.

cuerpo de estudios sobre la identidad desde sus particulares campos de estudio.⁴ Sin embargo, desde una perspectiva organizacional su origen podemos rastrearlo a la segunda mitad del siglo XX (en específico a las décadas de los setentas y ochentas) con los primeros estudios sobre cultura. Son varias las investigaciones sobre cultura que se realizan en esa época, entre los principales trabajos se encuentran: *En busca de la excelencia* de Peters y Waterman (1984) y *Teoría Z de Ouchi* (1985), en cuyos trabajos se establece el tema cultural como eje central para entender aspectos organizacionales. Para Barba y Solís (1997), existen tres hechos que dieron paso al estudio de la cultura en las organizaciones: 1) la emergencia de una nueva metáfora en los estudios organizacionales que trajo consigo nuevas perspectivas teóricas y nuevas herramientas metodológicas; 2) el surgimiento de procesos de globalización y regionalización caracterizados principalmente por un nuevo orden mundial en lo económico, lo político y lo social, la aparición de nuevas tecnologías de información y de procesos productivos y, nuevas formas organizacionales que sustituyeron parcialmente el antiguo modelo burocrático-taylorista; y finalmente, 3) la eclosión de la organización como espacios de identidad con la capacidad de generar y transformar patrones culturales en los individuos y en las organizaciones. En su conjunto, estos hechos dan cabida a nuevas problemáticas que atender mediante nuevos enfoques de análisis, dentro de los cuales se halla el de la identidad organizacional.

⁴ Puesto que nuestro interés radica en comprender las cuestiones centrales y aledañas a la identidad desde una perspectiva organizacional, no ahondaremos sobre la identidad desde disciplinas como la psicología, el psicoanálisis, la sociología, la filosofía y la antropología; de tal suerte, que solo, a manera de introducción presentaremos algunos elementos de la identidad y su desarrollo con las disciplinas antes mencionadas.

Como vemos, la cuestión sobre la identidad organizacional, en cuanto a su nacimiento y posterior desarrollo, es inherente al nacimiento y desarrollo de la cultura como una temática de análisis dentro de los EO. Por tal motivo, se requiere una revisión de lo qué es la cultura en relación con estos. Al igual que el término de identidad, la cultura es un término polémico que suscita numerosos debates. Smircich (1983) menciona que el término de cultura es un concepto que se importó desde la antropología y en el cual no se cuenta con consenso en su significado, tanto para los antropólogos como para los analistas organizacionales, pues no existe una concepción unitaria sobre el significado de cultura; esto ha abierto distintos caminos, problemas e intereses de investigación. En el mismo artículo, la autora expone las intersecciones temáticas que se erigen entre la cultura y la teoría de la organización: administración comparativa, cultura corporativa, cognición organizacional, simbolismo organizacional, y procesos y organización inconscientes. Podemos encontrar, sin embargo, puntos en común en el análisis de la cultura dentro de los EO, es decir, la cultura como variable, ya sea independiente, interna, comparativa o la cultura como metáfora (Smircich, 1983). Para Barba y Solís (1997), también la cultura puede ser vista como variable externa, variable interna, y asimismo como metáfora. Esta clasificación de la cultura como múltiples variables denota los diferentes análisis que se le puede hacer a la cultura, así como también las múltiples perspectivas desde los cuales se le puede abordar. De esta forma, aunque la identidad se considera implícitamente en los estudios sobre cultura, también abre la oportunidad de estudiarla en específico.

Por otra parte, si bien existen trabajos anteriores sobre identidad, los primeros propiamente, sobre identidad organizacional, nacen en la década de los ochentas. Algunos autores que pusieron sobre el campo de los EO, las cuestiones sobre esta temática de estudio son David A. Whetten (2006), Blake E. Ashforth (1989, 2000, 2008), Stuart Albert (2000), Jane E. Dutton (2000), Dennis Gioia (2000), Michael Pratt (2000), Susanne G. Scot (2000), Vicki R. Lane (2000), entre otros investigadores. Para Albert, Ashforth y Dutton en su artículo introductorio *Organizational identity and identification: charting new waters and building new bridges* (2000), la identidad y la identificación se presentan como construcciones en fenómenos organizacionales que han sido tomados como subtextos de varios comportamientos organizacionales; de manera que, tales constructos exhiben tanto una capacidad integrativa como una generativa, y de esto se deduce que, estas construcciones cuentan con la capacidad de transitar fácilmente por varios niveles de análisis. En palabras de Stuart et al. (2000):

The beauty of the identity and identification concepts is that they provide a way of accounting for the agency of human action within an organizational framework. [...] Identity and identification explain one means by which individuals act on behalf of the group or the organization. (p. 14)⁵

Lo anterior conlleva a una pregunta: ¿qué es lo que hace a la identidad ser una identidad organizacional? O, de otra manera, ¿qué hace que una organización sea una identidad organizacional? La respuesta la encontramos en el investigador David Whetten (2006) quien establece tres atributos que debe cumplir una

⁵ Traducción libre: "La belleza de los conceptos de identidad e identificación es que proporcionan una forma de dar cuenta de la agencia de la acción humana dentro de un marco organizacional. [...] La identidad y la identificación explican el medio por el cual los individuos actúan a favor del grupo o de la organización".

organización para que se considere una identidad organizacional: atributos centrales (aquellos que han cambiado la historia de la organización y le dieron una dirección), atributos duraderos (aquellos que se consideran sagrados en la organización e introducidas profundamente por esta), y atributos distintivos (aquella características distintivas de la organización que la hacen diferente de otras similares) que a su vez están clasificados en estándares de validez funcional y estándares de validez estructural.⁶Estos, en su conjunto, dotan a la organización (y a la acción organizada) de sentido, coherencia y consistencia. Cuando una empresa o una organización no cumplen con estos atributos, su misma supervivencia se pone en duda debido al surgimiento de fallas organizacionales como el ausentismo, el sabotaje, alta sustitución de empleados, el mal ambiente laboral, etcétera. Asimismo, podemos establecer que si estos atributos no están configurados en la organización, el compromiso organizacional queda reducido o simplemente es nulo.

La organización, materia de estudio de esta investigación es Caroei S.A de .C.V., una empresa contratista cuya labor es el mantenimiento preventivo a la red subterránea y a las áreas de la Comisión Federal de Electricidad (CFE); en específico, el mantenimiento a la red incluye: obra civil, mantenimiento a transformadores aéreos y subterráneos, cambio de cableado, toma datos, entre otros trabajos destinados al perfecto funcionamiento de CFE. La empresa cuenta con una planta de trabajadores de aproximadamente 120. Independientemente de todos los problemas que se presentan o se pueden presentar en la empresa, se

⁶ A lo largo del artículo citado, el autor utiliza las siglas CED que corresponden a los atributos en inglés (central, enduring, distinguishing).

ha decidido concentrarse en aquellos que están relacionados con la identidad organizacional y el compromiso organizacional. Así pues, encontramos algunas problemáticas provenientes tanto del funcionamiento de la organización como de su estructura. A continuación introduciremos, primero las funcionales, y después, las estructurales utilizando el modelo de referencia CED propuesto por Whetten (2000). En cuanto a los problemas funcionales (referidos a los atributos distintivos, o de otra manera, aquellos referentes de identidad que se vuelven imperativos categóricos), parece que en estos no existe un problema relevante de identificación, es decir, los atributos distintivos de la organización parecen estar muy claros en cuanto al giro que toma la organización: una empresa con una forma organizacional burocrática dedicada al mantenimiento de la red de la CFE; características que delinear su funcionamiento.. En cuanto a los estructurales, en los atributos centrales y duraderos (referidos, por un lado, al conocimiento esencial de la organización y, por otro lado, a su historia, respectivamente) encontramos ciertos problemas de identificación organizacional, pues, entre los actores organizacionales de la empresa estos atributos no están bien delineados, o sencillamente no existen, dado que la historia de la empresa no representa una característica fundamental que la dote de identidad o la explique. Por otro lado, una de las grandes problemáticas que aquejan a la empresa Caroei S.A de C.V., está relacionada con la falta de pagos a sus empleados, es decir, estos laboran de acuerdo con su horario de trabajo, sin embargo dejan de percibir su salario un par de semanas (llegando a suceder incluso meses sin la retribución). Sin embargo, los trabajadores siguen asistiendo a la empresa a laborar, a pesar de esta falla. Cuando la empresa incumple en estos pagos, la identidad organizacional se va

erosionando lo que tiene por corolario el rompimiento del compromiso organizacional. De lo anterior, podemos vislumbrar la relevancia del estudio en relación con la identidad y el compromiso para abordar estas problemáticas.

Respecto a lo anterior, se debe establecer lo que se entiende por organización en este trabajo con el objeto de relacionar la identidad organizacional y la organización misma. Existen diferentes concepciones y definiciones de la organización propuestas por un sinfín de autores que introducen distintos aspectos y atributos de ella. Una de las más divulgadas es la que nos proporciona Richard Hall (1996):

[...] una colectividad con una frontera relativamente identificable, un orden normativo, niveles de autoridad, sistemas de comunicaciones y sistemas de coordinación de membresías; esta colectividad existe de manera continua en un ambiente y se involucra en actividades que se relacionan por lo general con un conjunto de metas; las actividades tienen resultados para los miembros de la organización, la organización misma y la sociedad. (p. 33)

Como se puede apreciar, la noción de organización propuesta por Hall permite entrever algunas características y procesos que corresponden a la metáfora orgánica y a la forma organizacional burocrática-taylorista o moderna, donde la estructura jerárquica es vertical y la flexibilidad no es una de sus particularidades; donde las metas organizacionales presentan una relación hasta cierto punto conciliable con las metas individuales de los miembros y cuyo ambiente externo es reconocible y presenta cierta influencia sobre la organización. Cabe mencionar que, la noción corresponde a un contexto específico en el estudio de las organizaciones donde se concebía a la organización en términos funcionalistas y

no críticos o constructivistas. Las concepciones o construcciones teóricas acerca de la organización responden a características, aspectos o procesos que el investigador desea estudiar, de tal manera que, para nuestra investigación se ha optado por utilizar la concepción de organización como una anarquía organizada, concebida como un espacio social complejo donde la pluralidad y la ambigüedad en las metas y medios organizacionales entre sus actores es su característica principal (Montaño y Rendón, 2015). Esta noción nos deja observar que el espacio organizacional está repleto de juegos poder donde se enfrentan una diversidad no solo de metas y medios, sino de estrategias, de voluntades, de pensamientos, de valores y de creencias. Además, tal concepción nos posibilita identificar ciertos rasgos como la continua confrontación de identidades organizacionales dentro de este espacio, lo que nos permite exponer una multiplicidad de identidades que intentan imponerse una sobre la otra para desvelar o establecer la dirección que se debe seguir. De esta forma, siguiendo a Scott y Lane (2000) la identidad organizacional puede comprenderse mejor como una cuestión disputada y negociada a través de interacciones entre los actores organizacionales.

Se ha manifestado antes y, de manera sucinta, la relación entre identidad organizacional y compromiso organizacional. A continuación se expondrá qué se entiende por compromiso organizacional en este trabajo. De acuerdo con Meyer y Allen (1991) el compromiso organizacional es ante todo, un estado psicológico constituido por tres componentes: 1) un deseo (compromiso afectivo), 2) una necesidad (compromiso de continuidad), y 3) una obligación (compromiso normativo), y cuyo objetivo principal es la continuidad o el mantenimiento del

empleo. Simultáneamente cada uno de los componentes del compromiso organizacional nos revela ciertas características que describen comportamientos con los cuales se puede vislumbrar por qué existe o por qué no existe compromiso entre la organización y sus empleados, de manera que, en el "modelo de tres componentes del compromiso organizacional" de Meyer y Allen (1991), el compromiso afectivo se refiere al apego emocional, la identificación y el involucramiento que el trabajador tenga con la organización; el compromiso de continuidad hace alusión al conocimiento que tiene el trabajador de los costos relacionados con permanecer o dejar la organización; y finalmente, el compromiso normativo pone énfasis en los sentimientos de obligación para mantenerse en la organización.

Probables preguntas de investigación y/u objetivos y/o hipótesis (estas últimas si existen o se cuentan con ellas)

De acuerdo con lo propuesto en el planteamiento del problema y dado que son dos, los ejes sobre los que se estructura la presente investigación –identidad organizacional y compromiso organizacional–, establecemos la siguiente cuestión como pregunta central de este trabajo:

- ¿Cuáles son las implicaciones organizacionales entre la identidad organizacional y el compromiso organizacional en una empresa con una forma organizacional burocrática?

Como se podrá apreciar a lo largo de la investigación, la identidad y el compromiso comparten una estrecha relación, es decir, sin identidad

organizacional el compromiso organizacional queda ausente o prácticamente nulo. Visto desde otra forma, el compromiso organizacional es uno de los elementos que nos permitirán comprender los términos sobre los que se desarrolla y se establece o sobre los que queda ausente la identidad organizacional. A su vez, de esta interrogante se derivarán las preguntas secundarias y objetivos pertinentes como:

¿De qué manera una estructura organizacional tipo burocrática afecta la generación y el desarrollo de la identidad organizacional?

¿Se puede hablar de una identidad organizacional o por el contrario, existe una multiplicidad de identidades organizacionales?

En el modelo de organización burocrática se infiere que la identidad organizacional no se presenta como un elemento fundamental pues son las reglas, jerarquía y normas a las que está sujeto el individuo, las que proporcionan el compromiso organizacional. Entonces, ¿qué sucede en las organizaciones flexibles o postmodernas? ¿Acaso en este tipo de organizaciones podemos hablar de identidad fragmentada?

Objetivo de la investigación

El objetivo central de la investigación es analizar cuál es el vínculo entre la identidad organizacional y el compromiso organizacional en una organización tipo burocrática. Asimismo cómo se desarrolla este vínculo y cuáles son sus implicaciones organizacionales en la empresa analizada.

Uno de los objetivos secundarios es analizar la forma en que la estructura organizacional tipo burocrática afecta la identidad organizacional.

Justificación

La relevancia del presente análisis atraviesa tres niveles de pertinencia: de disciplina, de tema y de comunidad afectada.

En cuanto a la disciplina, como lo mencionamos anteriormente, el presente estudio de caso se encuentra enmarcado dentro del campo de conocimiento de los Estudios Organizacionales. Dicho campo, ha visto un desarrollo impresionante a lo largo del siglo XX en países como Estados Unidos, Inglaterra y Francia (por mencionar algunos), sin embargo, en los países latinoamericanos y, en especial en México, se ha tenido un progreso significativo hasta finales del siglo pasado. En este sentido, investigadores como Luis Montaña, Eduardo Ibarra y Antonio Barba han puesto sobre la mesa la importancia de desarrollar un propio cuerpo de estudios organizacionales que esté relacionado con las realidades y problemáticas particulares que presentan las organizaciones en nuestro país y a nivel latinoamericano. Atendiendo esta cuestión y como estudiante del posgrado en Estudios Organizacionales es fundamental enriquecer ese campo de conocimientos con estudios de caso que nos permitan aproximarnos a una comprensión y un entendimiento de la problemática organizacional y sus consecuencias y efectos sobre las sociedades y el individuo.

Respecto a la pertinencia del tema, encontramos que la identidad organizacional y el compromiso organizacional, en tanto objetos de estudio, explican muy bien

ciertos aspectos de la organización que revelan características y fenómenos nuevos para los EO. Como se ha dicho, las sociedades actuales presentan un alto grado de complejidad que crece cada vez más, por lo tanto, el estudio de la identidad se vuelve algo imprescindible. En otras palabras:

El ideal moderno de subordinación de lo individual a las reglas racionales colectivas ha sido pulverizado, el proceso de personalización ha promovido y encarnado masivamente un valor fundamental, el de la realización personal, el respeto a la singularidad subjetiva, a la personalidad incomparable sean cuales sean por lo demás las nuevas formas de control y de homogeneización que se realizan simultáneamente. (Lipovetsky, 2002, p.7)

De esta manera observamos que la identidad organizacional y el compromiso organizacional como conceptos analíticos ayudan a comprender los fenómenos a los que están atadas las sociedades actuales.

De manera análoga, de acuerdo con lo mencionado previamente, la pertinencia para la comunidad afectada recae en que el presente estudio de caso mantiene una relación entre sociedad-organización e individuo-organización. Como lo han hecho patente varios teóricos de las organizaciones (Barba y Solís, 1997; Etzioni, 1964), nos encontramos en una realidad donde las sociedades y los individuos se desarrollan en organizaciones, es decir, vivimos en sociedades organizacionales. De modo que el estudio de las organizaciones en México permitirá conocer algunas de las características que nos permitan acercarnos, de manera general, a la comprensión de la sociedad mexicana y de sus individuos, de los problemas que tiene que enfrentar y sus retos futuros; y de manera específica, nos permitirá

acercarnos a la comprensión de los problemas que atraviesan los trabajadores que integran la empresa estudiada.

De manera general, el estudio del presente caso representará un aporte al acervo de los estudios organizacionales y generará una muestra, si bien no representativa, sí explicativa, para examinar aquellas características culturales que proveen de identidad y generan compromiso y, hacen propias y particulares a nuestras organizaciones en México.

Marco de referencia teórico

De acuerdo con nuestro planteamiento del problema y nuestro objetivo general, la presente investigación atraviesa tres ejes temáticos: la identidad organizacional, el compromiso organizacional y la estructura organizacional burocrática. En este sentido el fenómeno organizacional estudiado en esta investigación será analizado desde la perspectiva de la identidad organizacional, por lo que el marco de referencia teórico abordará la literatura que se ha desarrollado en torno a este concepto analítico, así como la literatura sobre metodología aplicada a la identidad organizacional. Igualmente, la relación que el este trabajo procura revelar entre la identidad y el compromiso organizacional implica una aproximación teórica al concepto, de tal forma que utilizaremos el modelo de conceptualización de tres componentes del compromiso organizacional propuesto por Meyer y Allen (1991). El último eje sobre el cual se ordena la investigación es la estructura, y en específico, la estructura burocrática; en relación con lo anterior, un capítulo del estudio estará dedicado a analizar la forma

organizacional burocrática, sus orígenes, su desarrollo, su decaimiento como forma organizacional predilecta, y los parámetros y componentes que nos llevan a distinguirlas de otras formas organizacionales. En este sentido y conforme a lo mencionado arriba, la propuesta de marco teórico es la siguiente:

1. Identidad Organizacional
 1. 1 Diferencia entre identidad organizacional y cultura organizacional como conceptos analíticos
 1. 2 Identidades corporativa e identidad organizacional
 1. 3. Identidades fragmentadas o multiplicidad de identidades
 1. 4 Relación entre la identidad organizacional y el compromiso organizacional
2. Compromiso organizacional
 2. 1. El modelo de conceptualización de tres componentes del compromiso organizacional
 2. 2. Factores de la identidad organizacional que influyen en el logro o la falta de compromiso organizacional
3. La estructura organizacional burocrática
 3. 1. Origen y desarrollo de la estructura organizacional burocrática
 3. 2. Parámetros y componentes de la estructura organizacional burocrática
 3. 3. Influencia de la estructura organizacional burocrática en la configuración de la identidad organizacional
4. Conclusiones

Aspectos metodológicos generales

La metodología que se plantea desarrollar en esta investigación será de corte cualitativo. De acuerdo con Piedad Martínez Carazo (2006) la metodología cualitativa:

...consiste en la construcción de una teoría a partir de una serie de proposiciones extraídas de un cuerpo teórico que servirá de punto de partida al investigador, para lo cual no es necesario extraer una muestra representativa, sino una muestra teórica conformada por uno o más casos.
(p. 169)

El presente estudio utiliza la ayuda de la perspectiva de la identidad organizacional, por lo que se vuelve necesario abordar las problemáticas de cierta manera. Se han establecido en la primera parte del trabajo, los objetivos centrales y la pregunta fundamental que guía la presente investigación. De acuerdo con esto, la relación bidireccional que surge entre la identidad organizacional y la estructura-procesos será el marco referencial bajo el cual desarrollaremos la metodología. En otras palabras, la construcción de nuestra metodología estará dirigida por el presupuesto de la influencia de la estructura (y los procesos desprendidos de esta) y su influencia en la configuración o en la falta de identidad organizacional que, a su vez, nos permitirá visualizar ciertas características del compromiso organizacional.

En un trabajo titulado *Estudio de la cultura organizacional y análisis del lenguaje*, el teórico Brian Hobbs (1992) nos proporciona herramientas metodológicas que nos permiten una recolección de datos en torno a la identidad organizacional, así como visualizar ciertas características de la misma. Si bien su análisis está relacionado con encontrar aspectos concretos de la cultura organizacional, las

herramientas que proporciona tienen como centro la identidad y la identificación de los trabajadores en la organización a través de dos dimensiones: “la identificación de las características a partir de las cuales se agrupan los empleados” y “la identificación de la orientación cultural”. Su trabajo, como se puede apreciar, constituye una aproximación a la comprensión del funcionamiento y el papel de la identidad organizacional en los trabajadores. En este sentido, la importancia de su trabajo radica en las herramientas que proporciona y a las lecturas que se le dan; para el autor, dichas herramientas están divididas en dos grupos que corresponden a las dimensiones antes mencionadas. A continuación describiremos cada una de estas herramientas y su importancia central.

Herramientas que sirven para la identificación de grupos de empleados	Herramientas que sirven para la identificación de las orientaciones culturales
Categorías de agrupaciones: expresiones para reagrupar y denominar a los empleados.	Análisis de historias: a través de la identificación del pasado y el presente el empleado puede develar lo que considera deseable.
Inclusiones y exclusiones: uso de la primera y tercera persona para identificar inclusiones y exclusiones.	Los performativos: verbos que indican una acción; asimismo pueden indicar lo que es posible o lo que es necesario.
Alianzas y oposiciones: análisis de sentimientos y enunciados para identificar adhesiones o rechazos.	Las oposiciones: orientaciones culturales articuladas a través de categorías de antonimia o por pares de

	términos opuestos.
Identificación por la experiencia: identificación por experiencias del trabajo anterior.	Marcos temporales: orientaciones culturales articuladas a través de marcos temporales y reproducidos por medio de verbos y adjetivos.
Los símbolos de identificación y los hábitos: la observación de lugares de trabajo para identificación de símbolos y hábitos de los empleados.	Observación de las prácticas: análisis de prácticas y procedimientos
Fuente: Elaboración propia basada en Brian Hobbs (1992).	

Dado lo anterior, se contempla que la presente investigación es de corte cualitativo y con el fin de no perder el hilo conductor se ha determinado usar herramientas metodológicas como la etnografía, la observación no participante y la entrevista semiestructurada.

Medir el grado de identidad y compromiso de una organización requiere, en primera instancia, el uso de ciertos métodos como: el estudio de caso, historias de vida, entrevistas y la observación participante, por lo que se recurrirá al uso de estos métodos cualitativos para revelar la información necesaria para el desarrollo de la investigación.

Resultados que se esperan obtener

De manera preliminar, y a manera de hipótesis, creemos que la identidad organizacional está estrechamente ligada con el tipo de estructura organizacional específico de cada empresa. En este sentido, la empresa estudiada en este trabajo cuenta con una estructura organizacional tipo burocrática, caracterizada por un alto grado de especialización, una estructura jerárquica de autoridad, formalización, centralización, estandarización, entre otras. Cabe mencionar, que cada estructura organizacional no constituye el todo o la regla, por el contrario, existen muchas formas que puede adquirir la organización burocrática; asimismo las características ideales, ya sea de una forma burocrática o una forma de organización flexible, no siempre se encuentran todas en una organización. Por lo tanto, se puede afirmar que no existe un solo tipo de organización burocrática, sino miles de formas en las que esta se puede manifestar. De acuerdo con lo anterior, observamos preliminarmente que la identidad organizacional está sujeta a los estrictos y rígidos controles normativos que la organización burocrática impone, es decir, las múltiples identidades organizacionales que puedan surgir en la organización para el establecimiento de una como referente de identidad quedan sujetas a las reglas de la organización. Creemos que ahí radica uno de los puntos débiles de la forma organizacional burocrática, en no poder establecer un referente de identidad organizacional por la misma estructura. En un mundo cada vez más complejo, donde nuevos procesos de personalización se gestan, la identidad puede ser la clave para una exitosa acción organizacional. Quizás ahí radica, aunque no siempre, una de las claves por las que las organizaciones flexibles o postmodernas están predominando sobre las burocráticas.

Un segundo análisis, complementario a estos temas radica en cómo se desarrolla la identidad organizacional y el compromiso organizacional en una estructura organizacional flexible. Así como, la confrontación que tienen las múltiples identidades en el proceso organizacional.

Programa de actividades

<i>Tercer trimestre</i>	<i>Cuarto trimestre</i>	<i>Quinto trimestre</i>	<i>Sexto trimestre</i>
Construcción del marco teórico: identidad organizacional, compromiso organizacional y estructura organizacional burocrática.	Construcción del marco metodológico en función de los ejes centrales descritos en el marco metodológico	Recolección de datos a través del estudio de caso y las herramientas metodológicas (etnografía, observación no participante y entrevistas semi-estructuradas. Conclusiones. Entrega de la primera tesis para correcciones preliminares.	Corrección de errores y problemas en la tesis. Entrega final para observaciones. Presentación de la tesis.

Bibliografía relevante revisada y/o por revisar

Abravanel, H., Allaire, Y., Firsirotu, M., Hobbs, B., Poupart, R., y Simard, J. (1992). *Cultura organizacional. Aspectos teóricos, prácticos y metodológicos*. Colombia: Legis.

Barba, A. y Solís P. (1997). *La cultura en las organizaciones. Enfoques y metáforas en los estudios organizacionales*. México: Vertiente.

Etzioni, A. (1964). *Modern organizations*. Nueva Jersey, Estados Unidos: Prentice-Hall.

Hall, R. (1996). *Organizaciones. Estructuras, procesos y resultados*. México: Prentice-Hall.

Lipovetsky, G. (2002). *La era del vacío*. Barcelona, España.: Editorial Anagrama, S.A.

Ouchi, W. (1985). *Teoría Z. Cómo pueden las empresas hacer frente al desafío japonés*. Barcelona, España: Ediciones Orbis, S.A

Peters, T. y Waterman, R. (1984). *En busca de la excelencia*. México: Lasser Press.

Publicaciones periódicas

Albert, S., Ashforth B., y Dutton J. (2000). Organizational identity and identification: charting new waters and building new bridges. *Academy of Management Review*, Vol. 25 (No. 1), 13-17.

- Ashforth, B., Harrison S., y Corley K. (2008). Identification in organizations: an examination of four fundamental questions. *Journal of Management*, Vol. 34 (No. 3), 325-374.
- Ashforth, B., y Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, Vol. 14 (No. 1), 20-39.
- Gioia, D., Schultz, M., y Corley K. (2000). Organizational identity, image and adaptive instability. *Academy of Management Review*, Vol. 25 (No. 1), 63-81.
- Martínez, P. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & Gestión*, Julio (No. 20), 165-193.
- Meyer, J., y Allen, N. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, Vol. 1, (No. 1), 61-89.
- Montaño, L., y Rendón, M. (2015). La intervención organizacional como dispositivo de dilucidación de la responsabilidad social. *Gestión y Estrategia*, Julio/Diciembre (No. 48), 25- 38.
- Pratt, M., y Foreman, P. (2000). Classifying managerial responses to multiple organizational identities. *Academy of Management Review*, Vol. 25 (No. 1), 18-42.
- Scott, S., y Lane, V. (2000). A stakeholder approach to organizational identity. *Academy of Management Review*, Vol. 25 (No. 1), 43-62.

Smircich, L. (1983). Concepts of culture and organizational analysis. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 28 (No. 3), 339-358.

Whetten, D. (2006). Albert and Whetten revisited. Strengthening the concept of organizational identity. *Journal of Management Inquiry*, Vol. 15 (No. 3), 219-234.

Apartado B

Cambio organizacional y
Desarrollo sostenible

La legitimidad de las acciones sociales y sus efectos sobre la RSE y el desempeño financiero, una aproximación desde un modelo propuesto

Modalidad: Protocolo de Investigación

Yara Landazuri Aguilera

Instituto Tecnológico de Sonora

05 de Febrero 818 Sur Col. Centro CP 85000, Ciudad Obregón, Sonora, México

La legitimidad de las acciones sociales y sus efectos sobre la RSE y el desempeño financiero, una aproximación desde un modelo propuesto

Dra. Yara Landazuri Aguilera
yara.landazuri@itson.edu.mx
Instituto Tecnológico de Sonora

Resumen

La legitimidad ha surgido como una construcción fundamental a menudo confusa en la teoría de la gestión, actualmente la legitimidad ha sido objeto de una amplia investigación en estudios organizacionales, en los cuales las organizaciones a través de una estrategia como posicionamiento e imagen buscan legitimarse ante sus grupos de interés. Además también ha quedado comprobado a través de estudios empíricos cómo la responsabilidad social empresarial ha sido considerada como parte de las estrategias de las organizaciones para competir y el impacto que esto genera en el desempeño de las organizaciones. Por lo anterior este protocolo de investigación plantea la siguiente pregunta de investigación, la cual se resolverá con base en una recolección de datos a través de un instrumento fundamentado en la teoría de la legitimidad y de las teorías en contra y a favor de la responsabilidad social, que permita dar respuesta a la siguiente interrogante: ¿Cómo influye la legitimidad de las acciones sociales en la relación que existe entre la responsabilidad social empresarial y el desempeño financiero de las empresas mexicanas? La contribución de la investigación será determinar los factores de legitimidad que moderan el efecto entre la responsabilidad social empresarial y el desempeño financiero de las empresas mexicanas que son socialmente responsables. La escasa literatura basada en estudios empíricos sobre el tema a tratar justifica el inicio de este trabajo, los referentes casos provenientes de países europeos y norteamericanos servirán como referente a la insuficiente información en este país donde se realizará el proceso de investigación. Para esta investigación se ha considerado que la población serán empresas reconocidas como empresas socialmente responsables y que publiquen en sus páginas oficiales sus reportes de sustentabilidad basadas en el Global Reporting Initiative (GRI).

Palabras clave: Legitimidad, responsabilidad social, desempeño, moderación.

The legitimacy of social actions and their effects on CSR and financial performance, an approximation from a proposed model

Abstract

Legitimacy has emerged as a fundamental construction that is often confused in management theory. Nowadays, legitimacy has been the subject of extensive research in organizational studies, in which organizations, through a strategy such as positioning and image, seek to legitimize themselves before their interest groups. In addition, it has also been proven through empirical studies how corporate social responsibility has been considered as part of the organizations' strategies to compete and the impact that this generates on the performance of organizations. Therefore, this research protocol raises the following research question, which will be resolved based on a data collection through an instrument based on the theory of legitimacy and theories against and in favor of social responsibility, to answer the following question: How does the legitimacy of social actions influence the relationship between corporate social responsibility and the financial performance of Mexican companies? The contribution of the research will be to determine the legitimacy factors that moderate the effect between corporate social responsibility and the financial performance of Mexican companies that are socially responsible. The scarce literature based on empirical studies on the subject to be treated justifies the beginning of this work, referring cases from European and North American countries will serve as a reference to insufficient information in this country where the research process will be carried out. For this research it has been considered that the population will be companies recognized as socially responsible companies and that they publish their sustainability reports based on the Global Reporting Initiative (GRI).

Keywords: Legitimacy, social responsibility, performance, moderation.

Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), tiene sus orígenes desde tiempos remotos lo que complica definir a partir de qué periodo las personas comenzaron a mostrar interés por dar solución a problemas que afectaban a la sociedad, dichos problemas con el paso del tiempo se han vuelto cada vez más complejos, algunos reconocimientos de estas actividades surgen a principios del siglo XX con la espontánea participación de la sociedad en actividades filantrópicas.

Previo a esto, los acontecimientos humanitarios solo eran reconocidos como actividades altruistas, que expresaban preocupación o atención desinteresada hacia problemas o situaciones que atravesaban terceras personas, el término Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no existía como lo entendemos ahora, fue a partir de la segunda mitad de ese siglo cuando la comunidad toma mayor conciencia sobre la capacidad que tienen las organizaciones para influir en la sociedad y solucionar sus problemas (Correa, 2007).

Esta conciencia social que ha venido cobrando fuerza en los últimos años, con la regulación de actividades que realizan las empresas a través de normas y lineamiento internacionales, logrando además permear incluso en las decisiones de los inversionistas, llevándolos a la preferencia de empresas o indicadores sustentables para invertir sus recursos financieros en ellas, y de esta manera apoyar indirectamente las prácticas en materia de responsabilidad social que implementan estas organizaciones, esta tendencia se ha centrado en la búsqueda de valor a

largo plazo, por lo que se espera que las empresas comprometidas presenten mayor solidez para afrontar los escenarios económicos.

Por lo anterior, la responsabilidad social empresarial puede ser considerada como una estrategia fundamental para alcanzar la legitimidad empresarial. Johnson y Smith (1999), consideran que las empresas deben desarrollar actividades de RSE para ganarse el derecho a existir.

Planteamiento del problema

Mientras que en la Unión Europea esta práctica tiene más de veinte años de ser reconocida por organismos especializados, en México, es a partir de 2001 cuando se reconoce a las empresas que realizan acciones de responsabilidad social en cuatro ámbitos: ética y gobernabilidad empresarial, calidad de vida en la empresa, vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo, cuidado y preservación del medio ambiente.

Por esta razón los estudios en torno a la Responsabilidad Social Empresarial en México han sido escasos, entre las publicaciones más relevantes que ofrecen resultados empíricos sobre Responsabilidad Social Empresarial y otras variables como estrategia, rendimiento financiero, gestión, imagen y comunicación, encontramos los de Husted y Salazar (2005), Porto y Castromán (2006), Mercado y García (2007), Barros (2008), Muller y Kolk (2009), Pérez (2009), Alonso, Rodríguez, Cortez y Abreu (2012), Mendizábal (2013), por su parte la variable legitimidad no

ha sido estudiada en el campo del sector empresarial en este país, lo que complica llegar a una conclusión sobre el efecto que han originado la responsabilidad social y la legitimidad en empresas de este país.

Por lo anterior existe la necesidad por reconocer la relación que existe entre la legitimidad y la RSE. Los investigadores en este campo consideran que la legitimidad es un concepto multidimensional (Thomas, 2005), pero no han podido determinar si dicha legitimidad contribuye a la Responsabilidad Social. Este conocimiento permitiría a las organizaciones dirigir sus esfuerzos hacia aquellas dimensiones que aumentasen en mayor grado la legitimidad de la organización.

Lo mencionado anteriormente, deja un vacío en el reconocimiento de la gestión sobre responsabilidad social de las empresas, la legitimidad de las acciones de RSE, y el desempeño de las empresas, lo que lleva a un aprendizaje continuo para encontrar respuestas a la siguiente interrogante ¿Cómo influye la legitimidad de las acciones sociales en la relación que existe entre la responsabilidad social empresarial y el desempeño financiero de las empresas mexicanas?

De esta forma, el propósito central de esta investigación consiste en diseñar un modelo de Responsabilidad Social que sea moderado por la legitimidad y como consecuencia su reflejo en el desempeño empresarial. La presente investigación se pretende realizar utilizando como fuentes de información artículos de revistas indexadas que tengan como referente estudios nacionales y extranjeros, logrando

identificar mayor literatura al respecto en países de la Unión Europea y Estados Unidos.

El objetivo de la presente investigación es determinar los factores de legitimidad que moderan el efecto entre la responsabilidad social empresarial y el desempeño financiero de las empresas mexicanas que son socialmente responsables.

La relevancia de este estudio se centra en poder definir aquellas iniciativas que realmente cumplen con los criterios de responsabilidad social y diferenciarlas de aquellas que por tener mayor difusión captan la atención del público sin generar un beneficio en la sociedad, y que solamente contribuyen a mejorar la imagen de las empresas que las patrocinan, o aquellas que al impactar en la sociedad, las empresas no adquieren un compromiso relevante, simplemente funcionan como un intermediario entre el público que realiza donativos y los favorecidos con esta iniciativa, revelando en sus informes resultados a favor de quién realiza esta práctica.

Marco teórico

En el análisis de la literatura se han reconocido testimonios que van en contra del reconocimiento de la RS en las organizaciones como Hayek (1969), quién argumenta que darle importancia a las políticas de RSE generan un desvío del propósito principal de las empresas que destinan recursos económicos a fines que no se sabe si tendrán repercusión financiera posterior. En este mismo sentido se encuentra la teoría de valor para los accionistas de Friedman (1970), que postula

que la única responsabilidad que tienen las empresas es la maximización de la riqueza de los accionistas y por lo tanto las decisiones deben tomar en cuenta, por encima de todo, el deseo de sus dueños. La idea de la teoría de los accionistas, es incompatible con la idea de la existencia de una responsabilidad social de las empresas con respecto a los costos de los interesados (stakeholder).

En cuanto a las teorías a favor se encuentra Freeman (1984) argumentando que la responsabilidad social que tienen las empresas es frente a todos los grupos de interés y no sólo frente a los accionistas. La teoría de las partes interesadas por un lado fue presentada como una teoría de dirección de empresa; es decir, sentaba las bases de cómo llevar a cabo una administración estratégica; y por el otro, como teoría normativa que establece deberes morales para proteger a la empresa como un todo que se conecta con sus necesidades inherentes y los intereses de las partes interesada.

Así mismo Wernerfelt (1984) expone sus argumentos a favor de la responsabilidad social empresarial, en su teoría de los recursos y capacidades, donde considera las acciones de responsabilidad social como inversiones estratégicas de las empresas para generar ventaja competitiva.

Entre las aportaciones más relevantes sobre Responsabilidad Social Empresarial se encuentra Carroll, un prestigioso académico, quién en su modelo tridimensional, permite analizar el acercamiento de las empresas al concepto de RSE y don-

de define que la responsabilidad social de las empresas abarca las expectativas económicas, legales, éticas o discrecionales de la sociedad sobre la organización en un momento dado en el tiempo (Carroll, 1979).

Posteriormente, Carroll, a partir de su modelo tridimensional estableció una definición cuatripartita, proponiendo una pirámide de RSE, donde la empresa es la unidad básica de nuestra sociedad y su principal objetivo es ser económicamente responsable. De acuerdo con la teoría de la pirámide, la RSE implica el cumplimiento simultáneo de las responsabilidades económica, legal, ética y filantrópica. En otras palabras, la RSE debe llevar a la empresa a obtener ganancias, obedecer la ley, ser ética y comportarse como un buen ciudadano corporativo (Carroll, 1991).

Carroll (1999), en su teoría defiende que, los directivos son responsables de las consecuencias de sus acciones más allá de la simple consideración de un objetivo de maximizar utilidades en la empresa.

Por su parte, en publicaciones recientes Porter y Kramer (2006), definen que, desde una perspectiva estratégica, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) puede convertirse en una fuente de enorme progreso social a medida que aplica recursos, experiencia y conocimiento en actividades que benefician a la sociedad. Con el paso del tiempo la RSE ha ido evolucionando, y con ello las empresas han creado estrategias para mantener una posición de mercado, mejorar su imagen

corporativa y en algunos casos aprovechando la RS para alcanzar beneficio económico de largo plazo.

No obstante la RSE es vista como el compromiso que tiene la empresa con la sociedad para la solución de problemas y con los grupos de Interés o stakeholders, especialmente con aquellos en los que tiene mayor interés como los empleados, clientes, proveedores, acreedores, otras organizaciones con o sin fines de lucro, gobierno, comunidad, entre otros. El libro verde de la Unión Europea (2001), establece que ser socialmente responsable no significa solamente cumplir con las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, en el entorno y las relaciones con los interlocutores. Además argumenta que la experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente puede aumentar la competitividad de las empresas.

El interés por concientizar a las organizaciones para que estas reconozcan su responsabilidad ante la sociedad ha sido un gran reto para numerosos organismos gubernamentales y no gubernamentales, como la ONU, la OCDE, la OIT, la Comisión Europea, el Institute of Social and Ethical Accountability, la Global Reporting Initiative, la International Organization for Standardization, la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, en México el Centro Mexicano para la Filantropía, entre otros, lo que ha provocado la existencia de una diversidad de normas, declaraciones y principios de auto evaluación como Global Compact,

Líneas directrices de la OCDE, Declaraciones de la OIT, Libro Verde, AA1000, SA-8000, Guía GRI3, SGE21, PNE165010, Marco Conceptual de la RSC, entre otras.

Estas normas y directrices de carácter voluntario se han utilizado como base para la implantación de la responsabilidad social en las empresas de manera voluntaria, como la más reciente guía sobre responsabilidad social, emitida por la International Organization for Standardization (ISO), la cual tiene como propósito ser un primer paso para ayudar a todo tipo de organizaciones tanto del sector público como privado a considerar la implementación de la Norma ISO 26000 como una forma de alcanzar los beneficios de operar de manera socialmente responsable (ISO, 2010).

En México, uno de los principales avances en el tema de Responsabilidad Social Empresarial ha sido el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), creado en 1997, con la intención de generar un programa en Responsabilidad Social Empresarial para certificar a las empresas que operan en México. En el año 2000 con base en esta iniciativa el Cemefi lanza la primera convocatoria para reconocer las mejores prácticas de RSE, es en 2001 cuando por primera vez se otorga el distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR) a 17 empresas. Esta certificación han ido en aumento, en 2014 el distintivo se otorgó a más de 200 empresas, de acuerdo con los resultados publicados por Cemefi.

En 2013, la Bolsa Mexicana de Valores, incorpora a su familia de índices el primer indicador sustentable, con la intención de fomentar en las emisoras mexicanas la adopción de políticas y sistemas de medición en materia de Responsabilidad Social, ambiental y de gobierno corporativo. Las Empresas Socialmente Responsables que integran este índice para el año 2015 son treinta y cuatro, entre las que se encuentran; Arca Continental, Alfa, Alsea, América Móvil, Grupo Aeroportuario del Sureste, Axtel, Azteca, Bimbo, Bolsa, Cemex, Comercial Mexicana, Elektra, Fomento Económico Mexicano, Compartamos, Grupo Financiero Banorte, Grupo México, Herdez, Empresas Ica, Kimberly Clark, Coca-Cola Femsa, Genomma Lab Internacional, Mexichem, Grupo Aeroportuario del Centro Norte, Peñoles, Santander México, Soriana, Televisa, Wal-Mart de México, sólo por mencionar algunas.

Una empresa que se preocupa por cumplir con un conjunto de normas y políticas sociales, económicas, ambientales y que además adquiere de manera voluntaria compromisos con la sociedad es reconocida como una Empresa Socialmente Responsable, sin embargo, existen empresas que realizan actividades bastante inspiradoras que carecen de compromisos reales y sus acciones sólo sirven para ganar la simpatía del consumidor, acciones que no dan solución a problemas de fondo que enfrenta la sociedad.

En la actualidad, la Responsabilidad Social se encuentra instituida a través de distintos organismos alrededor del mundo, que han servido como base sólida para generar mayor conciencia social. Estos organismos han desarrollado importantes

documentos para señalar las directrices que habrán de seguir las empresas, han surgido nuevas e importantes organizaciones, esto implica que la responsabilidad social de las empresas seguirá transformándose con el tiempo, lo que demandará formas más específicas para su implantación, así como, una precisa valoración de legitimidad de las acciones de las empresas socialmente responsables a través de indicadores de legitimidad.

La importancia de la legitimidad se encuentra en la aceptación y deseabilidad de las actividades de una organización a favor de su entorno y los grupos sociales. Porter y Kramer (2011), hacen una revelación apreciable al referirse a las compañías que prosperan a costa del resto de la comunidad, afirmando lo siguiente, “al mismo tiempo que un mayor número de empresas comienzan a adoptar prácticas socialmente responsables, también son acusadas de fallar a la sociedad”. Lo que lleva a cuestionar la legitimidad de la responsabilidad social de las empresas.

La legitimidad, consiste en un estado que refleja la alineación cultural, el apoyo normativo o la consonancia con las reglas y leyes relevantes (Scott, 1995). Su importancia radica en que la aceptación y deseabilidad de las actividades de una organización por su entorno y grupos sociales, esto le permitirá acceder a los recursos necesarios para sobrevivir y crecer (Zimmerman y Zeitz 2002). De ahí que numerosas organizaciones han fracasado no porque sus productos sean de baja calidad o por carecer de recursos, sino por su falta o deterioro de legitimidad (Díez, Blanco, Cruz y Prado 2014).

Considerando además que, la legitimidad es de vital importancia para las organizaciones que desean perdurar en el tiempo, está se encuentra relacionada con la percepción que tienen los grupos de interés sobre las actuaciones que desarrollan las empresas donde se encuentran instaladas.

De esta manera la responsabilidad social empresarial puede jugar un papel fundamental en la legitimidad empresarial. Johnson y Smith (1999), consideran que las empresas deben desarrollar actividades de RSE para ganarse el derecho a existir. De hecho, los grupos de interés conceden legitimidad a las empresas, cuando creen que mantendrán ciertos estándares de comportamiento (Kostova y Zaheer 1999).

Las investigaciones en este campo se encuentran en sus inicios. Aún se desconocen aspectos sobre cuál es el papel que juega la legitimidad en las organizaciones y cuál es la percepción de la sociedad sobre las acciones de responsabilidad social de las empresas mexicanas. Sin embargo, una de las mayores dificultades en este campo consiste en la medición de la legitimidad pues implica la evaluación de percepciones individuales.

Metodología propuesta

De acuerdo con la estructura planteada para el desarrollo de esta investigación y con el propósito de alcanzar el objetivo la metodología se ha estructurado

en dos fases la primera de ellas es el estudio cualitativo, que consiste en la definición de los constructos, la generación de un listado de ítems con base en la literatura y la determinación de la escala de medida para los ítems.

Por su parte, el estudio cuantitativo se basó en la recolección y simulación de los datos preliminares para la evaluación de los ítems y con ello determinar la fiabilidad apoyados en el sistema SPSS. Las primeras fases están enfocadas a proponer, desarrollar y validar inicialmente una escala para la medición de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a través de sus tres dimensiones, también se valida la propuesta de medición de la variable legitimidad la cual moderará el efecto de la RSE sobre el desempeño empresarial.

El contraste de hipótesis será llevado a cabo a través de un modelo de ecuaciones estructurales (SEM). Concretamente, además se pretende utilizar como apoyo la herramienta estadística Partial Least Square PLS (mínimos cuadrados parciales), que es particularmente útil cuando se trata de analizar investigaciones de carácter predictivo relativamente complejas (por ejemplo con relaciones de mediación o con constructos formativos de segundo orden) y cuando el tamaño de la muestra es reducido.

Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo correlacional, de acuerdo con Sampieri, Collado y Lucio (2006), una investigación correlacional asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población. Los estudios correlacionales pretenden dar respuesta a las preguntas de investigación, este tipo de estudios tienen como propósito conocer la relación que existe entre dos o más variables.

Para propósitos del presente estudio, el modelo contempla tres variables independientes (X_1 =dimensión económica, X_2 =dimensión social y X_3 =dimensión medioambiental), una variable moderadora (legitimidad) y una dependiente (Y =desempeño empresarial). La respuesta a la pregunta de investigación planteada y que pretenden dar respuesta a través de a la correlación de las variables es ¿Cómo influye la legitimidad de las acciones sociales en la relación que existe entre la responsabilidad social empresarial y el desempeño financiero de las empresas mexicanas?

La investigación es de tipo no experimental dado que sólo se mide el nivel de cumplimiento de la temática de estudio en cuestión y no se manipulan las variables implicadas en el presente estudio. Es de corte transversal, por el tipo de investigación, en la cual se recolectan los datos es en un solo momento, en un tiempo único, con un enfoque de tipo correlacional-causal, cuya finalidad es poder someter a prueba las hipótesis establecidas.

Diseño de la investigación

Para el diseño de la presente investigación se ha optado primeramente por realizar un estudio cualitativo, mediante la búsqueda de información, bibliográfica a través de bibliotecas, base de datos, libros, artículos científicos, para el diseño del modelo, definición de variables y recolección de ítems, posteriormente el estudio cuantitativo que se ha empleado ha sido la generación de un cuestionario semiestructurado, administrado mediante bloques de ítems basados en indicadores por cada variable implicada en el estudio para su validación y la selección del método estadístico para comprobar hipótesis.

A continuación se presenta el proceso diseñado para la investigación, la cual propone un proceso para el diseño de la investigación, la cual es una adaptación de Vila, Küster, y Aldás (2000).

Proceso del diseño la investigación



Fuente: Elaboración propia, 2015.

La generación de un listado de ítems que servirán para conocer la correlación entre las variables, se encuentra especificado es la segunda fase del proceso para el diseño de la investigación, para la construcción del instrumento es importante considerar las sugerencias de los expertos, quiénes aseguran que es esencial generar un número de ítems suficientemente amplio del cual se desprendan los que conformen definitivamente la escala Vila, Küster, y Aldás (2000), ya que dicha lista estará sujeta a los procesos de eliminación de ítems basados, ya sea por los juicios de expertos o por el uso de técnicas cuantitativas.

Conclusión

Como parte de la conclusión de este protocolo, se puede precisar que la metodología propuesta para desarrollar la investigación cumple con el proceso metodológico establecido para estudios empíricos en el campo de las ciencias sociales, una vez clarificado el tipo de investigación, se logrará generar un banco de ítems para la medición de las variables independientes y moderadora implicadas, así como la generación de una escala de intensidad tipo Likert de cinco puntos.

La modelación de esta investigación será a través de ecuaciones estructurales, la herramienta estadística seleccionada será Partial Least Square (PLS), cuyo principal objetivo es la predicción de las variables latentes y que no se basa en la covarianza sino que se apoya en la estimación de mínimos cuadrados ordinarios y en el análisis de componentes principales, tienen como característica fundamental el

poder hacer regresiones múltiples entre variables y variables latentes lo cual se requiere para este tipo de investigaciones que contemplan una variable moderadora.

Para medir la variable dependiente, desempeño empresarial, esta será medida a través de indicadores financieros con la intención de que las respuestas del entrevistado no influyan sobre esta variable y mantener la independencia medida a través de datos cuantitativos como estados financieros y reportes de sustentabilidad dictaminados.

Una vez realizado en análisis estadístico de los datos y con el apoyo de la herramienta estadística seleccionada para esta investigación Smart-PLS se pretende comprobar la Hipótesis de que la responsabilidad social empresarial al ser moderada por la legitimidad mantiene un impacto positivo en el desempeño financiero de las empresas mexicanas.

Referencias

- Alonso, A. M., Rodríguez, G.M., Cortez, A. K. A. & Abreu, Q. J.L. (2010). La responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero: un análisis en empresas mexicanas que cotizan en la bolsa. *Revista de Contaduría y Administración*, 57 (1), pp.53-77.
- Barroso, F. (2008). Ganancia máxima o ganancia óptima. *Desarrollo Empresarial*, 110, pp. 35–38.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*. 4 (4), pp. 497-505.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 4, pp.39-48.

- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38 (3), pp. 268-292.
- Correa, J. J. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre Económico*, 10 (20), pp. 87-102.
- Díez, M. F., Blanco, G. A., Cruz S. A. & Prado, R. C. (2014). Efecto de la Responsabilidad Social Empresarial sobre la Legitimidad de las Empresas. *Anuario jurídico y económico escurialense*, XLVII, pp. 325-348.
- Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management: A stakeholder Approach*, Boston: Pitman.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, 13 September, pp. 122-126.
- Hayek, F. A. (1969). The corporation in a democratic society: in whose interest ought it and will it be run. *Business strategy*, (25).
<http://www.filantropiatransformadora.org/attachments/article/198/Shared%20Value%20in%20Spanish.pdf>
- Husted, B. W., & Salazar, J. J. (2005). Un estudio exploratorio de la estrategia social de empresas grandes ubicadas en México. *Contaduría y Administración*, (215), pp.9-23.
- ISO. (2010). International Organization for Standarization. Disponible en: www.iso.org/iso/home.htm.
- Johnson, P., & Smith, K. (1999). Contextualizing business ethics: anomie and social life. *Human Relations*, 52 (11), pp. 1351–1375.
- Johnson, P., & Smith, K. (1999). Contextualizing business ethics: anomie and social life. *Human Relations*, 52 (11), pp. 1351–1375.
- Kostova, T., & Zaheer, S. (1999). Organizational legitimacy under conditions of complexity: The case of the multinational enterprise. *Academy of Management review*, 24 (1), pp. 64–81.
- Mendizabal (2013). Análisis de la responsabilidad empresarial en México de frente a los trabajadores. *Revista Latinoamericana de Derecho social*, 16, pp. 123-145.
- Mercado S. P. & García H. P (2007). La responsabilidad social en empresas del Valle de Toluca (México). Un estudio exploratorio. *Estudios Gerenciales*, 23 (102), pp. 119-135.
- Muller, A. & Kolk, A. (2009). CSR Performance in Emerging Markets Evidence from Mexico. *Journal of Business Ethics*, 5, 325–337. doi: 10.1007/s10551-008-9735-y.
- Porter, M. E. & Kramer M. R. (2006). Estrategia y sociedad: el vínculo entre ventaja competitiva y la responsabilidad social corporativa. *Harvard Business Review, América Latina*. Recuperado de:
- Porter, M. E. & Kramer M. R. (2011). La creación de valor compartido. *Harvard Business Review, América Latina*, recuperado de:
- Porto, N. & Castromán, J. (2006). Responsabilidad social: un análisis de la situación actual en México y España. *Contaduría y Administración*, 220, pp. 67-87.
- Sampieri, R., Collado, C. & Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Ed. McGraw Hill.

- Scott, W. R. (1995). *Institutions and organizations*. London: Sage Publications.
- Thomas, T. E. (2005). Are business students buying it?. *Business Strategy and the Environment*, 14, (3), pp. 186-197.
- Vila, L. N., Küster, B. I. y Aldás, J. (2000). Desarrollo y validación de escalas de medida en marketing. En ALDÁS, J. (Ed.) *Análisis de datos multivariable*, pp. 1-22. Valencia: Universidad de Valencia.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource based view of the firm. *Strategic management journal*, 5, pp. 171-180.
www.slideshare.net/velugarcete/rse-estrategiaysociedadporterkyramer
- Zimmerman, M. & Zeitz, G. J. (2002). Beyond Survival: Achieving New Venture Growth by Building Legitimacy, *Academy of Management Review*, 27 (3), pp. 414-431.

Responsabilidad social. Una aproximación a la interpretación del concepto en el contexto académico universitario y organizacional

Modalidad: Protocolo de Investigación

Yolanda Ramírez Vázquez¹
Teresa García López
Milagros Cano Flores

Universidad Veracruzana
Lomas del Estadio s/n Col. Zona Universitaria, Xalapa, Veracruz, México.

¹ Autor responsable de la comunicación

Responsabilidad social. Una aproximación a la interpretación del concepto en el contexto académico universitario y organizacional

Resumen

La responsabilidad social empresarial (RSE) es un modelo de gestión con el que las empresas atienden necesidades específicas de sus *stakeholders* contribuyendo también a mejorar su imagen y competitividad en el mercado. En las últimas décadas, este concepto ha sido implementado con mayor frecuencia por las organizaciones, buscando portar este distintivo y adecuándose a las exigencias del entorno. La creciente adopción del modelo hace suponer que existe claridad en la población con respecto al concepto, su impacto y alcance en la empresa y en la sociedad, empero, la realidad es distante a esto. Es por ello que este trabajo busca identificar la interpretación que hacen los estudiantes y docentes de licenciatura y posgrado sobre el concepto de responsabilidad social, así como de los directivos de organizaciones en la ciudad de Xalapa, a partir de la necesidad de contar con profesionales formados en torno al tema, que al involucrarlo en el ejercicio profesional, podrían tenerse como resultados mejores prácticas de responsabilidad social en las organizaciones. El estudio se llevará a cabo siguiendo la teoría de las representaciones sociales, para lo que se hará uso de una carta asociativa y un cuestionario de escala tipo Likert. El primer instrumento se aplicará a un grupo experimental al que se le impartirá un curso sobre responsabilidad social, y el segundo a una muestra estratificada de estudiantes y directivos de organizaciones públicas y privadas.

Palabras clave: estudiantes, formación, planes de estudio, transversalidad, sustentabilidad

Responsabilidad social. Una aproximación a la interpretación del concepto en el contexto académico universitario y organizacional

Planteamiento del problema

Para lograr la aplicación real del concepto de Responsabilidad Social (RS) en una organización, es necesario tener presente que como ente social, ésta se encuentra formada por individuos, de los cuales debe surgir el actuar ético, en valores, con consciencia de reciprocidad y retribución, para que las estrategias organizacionales se efectúen en función de ello. De la misma manera, es la sociedad misma quien debe exigir este tipo de actuación para beneficio propio y colectivo, por lo que en general se requiere de personas formadas de manera integral con estas bases, para que posteriormente, en su incidencia con el entorno contribuyan al alcance de los fines de la responsabilidad social, entendidos como se expresa en el siguiente párrafo.

Se trata de individuos o grupos de individuos que bien por motivos religiosos, éticos, o sociales desean como consumidores, inversores y gestores que todas sus actuaciones y decisiones se impregnen de esos valores y reclaman un comportamiento responsable de la empresa con los empleados con sus productos, con sus procesos y con sus clientes. A ellas, como al resto de organizaciones, privadas o públicas, con o sin ánimo de lucro, les exigen las mismas responsabilidades sociales y medioambientales que se exigirían a cualquier individuo. Son pues ciudadanos convencidos o activistas que abogan por un modelo económico y social donde prime el interés colectivo sobre el individual. (De la Cuesta González, 2004, pág. 47)

Cabe mencionar que aunque diferenciado el grado de responsabilidad ante los problemas socio-ambientales actuales, todos los individuos son corresponsables de

ellos, razón por la cual adoptar una nueva consciencia y actitudes son parte indispensable de la acción responsable. Como menciona Di Fillipo (2012, p.12) “Una consecuencia muy importante de esta noción de responsabilidad, medida por el impacto objetivo de los comportamientos, es que toda la comunidad se hace, directa o indirectamente, corresponsable”.

Una vez que se acepta un grado de responsabilidad ante los problemas sociales, económicos y ambientales, la transición hacia el modelo de la RS puede tornarse más eficaz. La universidad por su parte, asume que la sociedad requiere la inserción de individuos con un sentido social, en su ejercicio profesional, es por ello, que en los últimos años, se viene adentrando en los planes de estudio el concepto de responsabilidad social empresarial.

Particularmente, en los estudios profesionales y de posgrado de cualquier área académica, el concepto de RS resulta de gran importancia, ya que se presenta un énfasis en la formación en la disciplina para incidir en las organizaciones a partir de proyectos de carácter social que tengan impacto en los problemas económicos, sociales y ambientales. Vallaey (S.F., pág. 6) señala: “...se trata de ser creativos...como el estudiante puede aprender haciendo cosas socialmente útiles y formarse como ciudadano informado y responsable. Esto fomentará... mayor articulación entre las disciplinas y entre la docencia, la investigación y la proyección social”.

Al respecto del enfoque interdisciplinario, Di Fillipo (2012) menciona que la RSE no debe ser considerada como una disciplina, sino como un tema problematizado que debe abordarse de manera transversal y para tratarlo es exigible el enfoque

interdisciplinario. Lo anterior debido, a la urgencia actual de una crisis económica que afecta a la mayoría de los países del mundo y que tienen lugar a partir de actitudes no éticas fundadas por el poder y la avaricia, sembradas en el afán único del desarrollo económico sin tomar en cuenta la dimensión socio ambiental (Arenas, 2010).

La responsabilidad social se muestra, en un contexto de urgencia, como un modelo de gestión que responde a motivaciones tanto externas como internas; siendo las primeras aquellas concernientes a presiones del entorno, del mercado; y de las segundas como fuentes de ventaja competitiva a partir de las acciones de responsabilidad social (Fernández & Luna, 2010).

El impacto que puede tener un individuo bajo el enfoque de responsabilidad social empresarial en una organización de cualquier tipo y de cualquier tamaño, es la posibilidad de ejercer un impacto en los aspectos sociales, económicos y ambientales de la organización y sus grupos de interés, sea cual sea su giro (Di Fillipo, 2012). Es por lo expuesto anteriormente, dada la relevancia del concepto de Responsabilidad Social y su inmersión en los planes de estudio de licenciatura y posgrado que tiene lugar el siguiente cuestionamiento:

¿Cuál es la interpretación del concepto de responsabilidad social en estudiantes y docentes de licenciatura y posgrado, así como en los directivos de organizaciones en Xalapa, que muestre las necesidades de formación que deben incorporarse en los planes y programas de estudio para la inserción de los profesionistas en el campo laboral?

Objetivos

Objetivo general

Identificar la interpretación del concepto de responsabilidad social en estudiantes y docentes de licenciatura y posgrado, así como en los directivos de organizaciones en Xalapa, para determinar las necesidades de formación que deban incorporarse en los planes y programas de estudio para la inserción de los profesionistas en el campo laboral.

Objetivos específicos

- Determinar el conocimiento y la comprensión en torno al concepto de la RS en estudiantes de licenciatura y posgrado.
- Determinar el conocimiento y la comprensión en torno al concepto de la RS en docentes de licenciatura y posgrado.
- Determinar el conocimiento y la comprensión, así como las necesidades específicas de los directivos de organizaciones xalapeñas en torno al concepto de la RS.
- Elaborar una propuesta educativa en torno al tema de responsabilidad social que pueda incluirse en los planes y programas de estudio de licenciatura y posgrado.

Justificación

La responsabilidad social es un modelo de gestión que con mayor frecuencia es adoptado por las organizaciones, a partir de las necesidades sociales, ambientales, financieras y demandas del mercado, que exigen tanto en los individuos como en los grupos sociales y empresariales de un nuevo comportamiento. Este último sustentado en bases éticas y valores humanos y organizacionales que doten de sentido a las acciones de los entes sociales, y con ello las de quienes se encuentran inmersos ahí.

Situaciones de carácter político, económico, social y ambiental se convierten en los motivos para una reformulación de la planeación estratégica de la organización, partiendo de un análisis de la situación interna y externa de la misma; y con un acercamiento al origen de sus estrategias. Es entonces, que tiene cabida replantearse hacia donde transita la organización y de qué manera lo hace, para identificar si es que ha llevado su ejercicio en un marco de ética, valores, reciprocidad y retribución hacia el entorno en el que se ha asentado; y a partir de ello, cuáles serían las acciones pertinentes para cumplir con su función social. Son los directivos quienes principalmente tienen la labor de involucrarse en este repensar de la organización, para hacerlo extensivo a todos sus miembros. Es entonces, que quienes se encuentran en una etapa formativa de su profesión requieren identificar una dimensión de ética y de sustentabilidad que dé muestra del equilibrio económico, social y ambiental que involucra el concepto, para insertarse en la filosofía de la organización, o bien, generar empresas en este marco, así como sus consecuentes estrategias.

Este proyecto aborda la creciente necesidad de adoptar una gestión comprometida con su comunidad interna y externa, así como con el ambiente, por parte de las organizaciones, y a partir de ahí la importancia de involucrar la responsabilidad social en la formación de estudiantes de licenciatura y posgrado para su posible intervención a corto plazo.

Marco Teórico

Sobre el concepto de RSE

La Responsabilidad Social Empresarial en los últimos años ha cobrado una importancia significativa, debido a que representa una nueva forma de gestionar la organización, en la que ya no se le ve únicamente con el fin último de obtener beneficios económicos para los directivos y accionistas, como se planteaba anteriormente, del que se menciona, se han obtenido perjuicios sociales (De la Cuesta González, 2004). Lo anterior, tomando en cuenta que en un modelo prevaleciente de desarrollo, como el que vivimos actualmente, enmarcado en el crecimiento económico, se dejan de lado o se sobrepasan aspectos importantes como el bienestar social y ambiental.

El enfoque capitalista ha sido la tendencia adoptada por las organizaciones que ha llevado a un aprovechamiento inadecuado de los recursos del medio ambiente, desvirtuando la relación hombre–naturaleza, de la que habla Foladori (2000). Asimismo, las relaciones interpersonales y aspectos propios del ser humano cobran

importancia en la medida que se entiende la participación del capital humano en la empresa.

Es entonces, que en los últimos años surge el concepto de responsabilidad social empresarial, y va cobrando fuerza, en tanto se observa desde otras aristas la función social de la empresa. En donde tiene lugar el crecimiento y desarrollo económico que toda organización lucrativa busca, pero desde un enfoque de sustentabilidad, en el que se espera un crecimiento a la par, de la dimensión social y la ambiental. Si en el crecimiento económico se ha de hablar de incremento en ventas, utilidades, dividendos, precio de acciones, entre otros elementos; en el ámbito social, se tiene a los *stakeholders* o grupos de interés como aquellos que mantienen una relación con la empresa y que son impactados por ésta, tales como: empleados, proveedores, distribuidores, clientes, sindicatos, gobierno, sociedad en general, por mencionar algunos. Finalmente, la dimensión ambiental, se refiere a la incidencia de la empresa en el medio ambiente con su actividad lucrativa.

No es moral deforestar, malgastar los recursos naturales, contaminar y degradar la tierra y el entorno natural con fines puramente lucrativos. Tampoco es moral imponer reglas de juego al comercio internacional que favorezcan sólo a unos pocos. Ni tampoco es moral producir bienes dañinos para la salud, el medioambiente y la vida humana, por muy necesarios que quieran hacer creer que son. (De la Cuesta González, 2004, pág. 48)

El concepto de la RSE permite transitar por el camino moral que menciona De la Cuesta, con base en un actuar ético y moral que permita perpetuar los bienes naturales y la preservación del entorno por fines más allá de los económicos. Y en

este sentido, los productos generados por una empresa deberán ofrecer un beneficio humano, ambiental y capital.

El Libro Verde de la Unión Europea define a la Responsabilidad Social Empresarial como:

“Concepto por el cual las empresas deciden contribuir voluntariamente a mejorar la sociedad y a preservar el medio ambiente. A través suyo, las empresas se conciencian del impacto de su acción sobre todos y expresan su compromiso de contribuir al desarrollo económico, a la vez que a la mejora de la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad local donde actúan y de la sociedad en su conjunto” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, pág. 4)

Por su parte, el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), organismo que en México otorga el distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR) a las organizaciones lucrativas que cumplen en su funcionamiento con una serie de indicadores en materia de responsabilidad social, la define como:

Inherente a la empresa, recientemente se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras. Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad.” (CEMEFI, 2015)

Aunque existen un sinnúmero de organizaciones que han ofrecido una definición de la responsabilidad social empresarial, se considera que la mayoría asumen la misma postura con diferentes palabras, pero llegando al mismo fin, para esta contribución se adoptaron los citados en líneas anteriores, debido a que es posible

tener la visión de los países europeos a partir de la contribución en la materia que se hace en el Libro Verde y, la que en México hace la CEMEFI, en torno que es de gran relevancia para el trabajo que aquí se presenta. Por tanto, sobre el concepto es importante resaltar algunos aspectos:

- Como se mencionaba en párrafos anteriores, la RSE se inserta en el marco de la sustentabilidad y hace alusión incluso al concepto de desarrollo sustentable que se adopta a partir del Informe Brundtland publicado en Nuestro Futuro Común (1988), el cual menciona que es la satisfacción de las necesidades de las generaciones actuales, sin comprometer las de las generaciones futuras; en tanto la RSE busca un equilibrio del crecimiento económico de la organización pero considerando la conservación y preservación del medio ambiente, así como el respeto hacia las personas involucradas directa o indirectamente con la empresa.
- Se observa la necesidad de un fundamento ético y en valores en las organizaciones, para que a partir de ahí, sus actividades económicas y acciones se orienten en la misma línea.
- Se toma en cuenta a las personas en cuanto a su calidad de vida. Es decir, no solo se espera que la empresa cumpla sus obligaciones de ley a partir de un salario y prestaciones, sino que se trata de un salario justo, prestaciones que logren alcanzar el bienestar no solo individual sino familiar, no solo en salud, sino de manera integral, para lograr la “calidad de vida”.

- Se habla de comunidades, de sociedad, no solo de algunos individuos. Lo que remite a la idea del alcance e impacto que tiene la empresa en el lugar en que se asienta para ejercer su actividad.
- Se deja al descubierto las ideas de retribución y reciprocidad, una vez que la empresa se hace consciente de lo que se ha servido del entorno para existir, reconoce la pertinencia de servirlo, ser parte de un juego en el que todos resulten beneficiados.

El uso de la Teoría de las Representaciones Sociales

La propuesta de formación de los estudiantes en torno a la representación social se generará, una vez que a partir del conocimiento de la interpretación de los estudiantes sobre este concepto se detecte la carencia de información y comprensión al respecto. Para ello, se elige la teoría de las representaciones sociales por su potencial para capturar la interpretación que los estudiantes, docentes y directivos de instituciones, tienen al respecto.

El concepto de representación social tiene su origen en el concepto de representaciones colectivas, a lo que Durkheim (1898, p. 17) menciona *las representaciones colectivas son formas de conocimiento o ideación construidas socialmente y que no pueden explicarse como epifenómenos de la vida individual o recurriendo a una psicología individual*. A partir de este término, Moscovici (1979, p. 33) señala que a diferencia de las representaciones colectivas, la representación social no es únicamente un producto mental sino que a partir de las interacciones sociales, se generan esas construcciones simbólicas, por lo que no son estáticas.

Se definen como una forma específica en que se entiende y se comunica la realidad, influyen y son influenciadas por las interacciones sociales.

Se ha elegido estudiar la interpretación del concepto de la responsabilidad social por medio de esta teoría, debido a que hace posible acercarse al conocimiento común y la interpretación de los sujetos, lo que permitirá generar la propuesta formativa para este segmento poblacional, tomando en cuenta el entorno cambiante en el que tienen lugar las interacciones sociales y procesos comunicativos entre los grupos en los que se construye la interpretación.

Jodelet (1986, p. 475) menciona que utilizar este tipo de análisis tiene la ventaja que permite acercarse a la forma de pensar y de comprender la manera en que los sujetos se interrelacionan con el objeto, así como la modificación que se genera en dicha interrelación, constituyéndolo en algo que tiene un significado y no solo como un reflejo de la realidad.

En un entorno global que se enfrenta actualmente a problemas de índole social, ambiental, económico, que permean en la cotidianidad de la vida y los valores, costumbres, creencias y opiniones, forman parte de los procesos comunicativos que los individuos efectúan en sus interacciones y sobre los que tiene lugar la implementación de un modelo de gestión de responsabilidad social, que tiene pertinencia en todas las instituciones y organizaciones sociales.

Toda vez que la representación social se entiende como el conjunto o universo de opiniones de un grupo, cultura o clase social, se acepta que el conocimiento que socialmente se construye y se comparte, tiene una finalidad práctica (Jodelet, 1989; Mora, 2002), así la representación tiene la función de elaborar el comportamiento, la comunicación entre los sujetos y sus relaciones con el entorno (Moscovici, 1979).

La interpretación que hacen los sujetos sobre la responsabilidad social y su aplicación en las instituciones del entorno, rige el comportamiento actual de los individuos y las organizaciones, de tal manera que a través de los esfuerzos formativos es posible la configuración de una adecuada interpretación del tema para que incida en sus comportamientos, con lo que sea posible contribuir a las problemáticas sociales, ambientales y económicas.

Es posible definir a las representaciones sociales por tres componentes (Moscovici, 1979; Abric, 1994):

- a) Su contenido, que se refiere a los conocimientos o información, a la imagen y a las actitudes.
- b) Por la estructura de ese contenido.
- c) La tendencia afectiva.

Por medio de esos tres componentes es que tiene lugar el comportamiento y las actitudes de los individuos con base en su conocimiento previo y la interpretación que se comparte en las interacciones diarias.

Moscovici (1979) señala que son tres las dimensiones en las representaciones sociales: informativa, de campo de representación y de actitud.

- Información: conjunto de conocimientos que poseen los sujetos sobre un objeto social.
- Campo de representación: unidad jerarquizada de proposiciones, opiniones y evaluaciones, así como sus diferencias contenidas en la RS; se organiza en torno al núcleo figurativo y revela la situación de la práctica del objeto representado.
- Actitud, postura ante el objeto: expresa los componentes afectivos favorables o desfavorables hacia el objeto de representación (Terrón y González, 2009, p. 64 - 65).

La complementariedad de las dimensiones en las representaciones sociales obedece a que la construcción de la interpretación del objeto requiere de un análisis de la información que el sujeto ha obtenido de diversas fuentes, lo que le ha permitido generar una opinión hacia el objeto, con lo que es posible vislumbrar la actitud y con ello el comportamiento, en este caso, en torno a la responsabilidad social.

Meira señala que las representaciones sociales se forman a partir de diversos elementos, entre los que se destacan (Meira, 2002, pp. 97 – 98, citado por Calixto, 2009, pp. 102-103):

- a) Información y conocimientos provenientes de distintas fuentes
- b) A través de procesos de interacción social con otras personas
- c) Procesos cognitivos
- d) Actitudes y valores que modulan la interpretación.

Según Moscovici (2000, p. 42, 49), las representaciones sociales se generan a través de dos procesos: el anclaje y la objetivación. El primero se refiere a la categorización a través de la cual se clasifica y se ofrece un nombre a los objetos, por medio de éste se logra la comprensión, al hacer conocido lo desconocido atribuyéndole un sistema de categorías propio. El segundo proceso, transforma el concepto abstracto en algo concreto, lo materializa en una realidad física o bien un concepto lo presenta en imágenes.

Con el proyecto que se presenta, se pretende contribuir en la formación en el tema de la responsabilidad social en licenciatura y posgrado de una Institución de Educación Superior, toda vez que, como se expuso en lo largo del trabajo, la sociedad requiere de ciudadanos informados y formados en el tema, de tal manera que incidan positivamente y de una manera eficaz y eficiente, en la aplicación de este nuevo modelo de gestión en las organizaciones con fines de lucro, para hacerlas colaboradoras del entorno y de la sociedad.

Metodología

La investigación que se propone es de enfoque mixto y de tipo exploratorio y descriptivo.

Se proponen tres etapas en el estudio:

- La primera se orientará a capturar la interpretación de los estudiantes de licenciatura y posgrado. Durante esta etapa se aplicará también un instrumento a un grupo experimental que curse una materia de responsabilidad social, se ofrecerán los contenidos dispuestos actualmente en el programa educativo, contrastando el antes y el después en su interpretación del concepto, así como sus impresiones respecto al curso.
- En la segunda etapa, se obtendrá el acercamiento a los docentes de licenciatura y posgrado.
- La tercera, consistirá en el acercamiento con directivos de organizaciones en Xalapa.

Técnicas e instrumentos de investigación

Siguiendo la teoría de las representaciones sociales, se utilizarán las siguientes técnicas e instrumentos:

1. En la primera etapa: para la recolección de datos en el grupo experimental se utilizará la técnica de asociación de palabras, haciendo uso de una carta asociativa y, para el acercamiento a una muestra de estudiantes, se utilizará la encuesta, por medio de un cuestionario que contendrá preguntas

orientadas a las tres dimensiones de la representación social para capturar la interpretación que se tiene sobre la responsabilidad social.

2. En la segunda etapa: para el acercamiento a los docentes de licenciatura y posgrado se elaborará un cuestionario que contendrá preguntas orientadas a las tres dimensiones de la representación social para capturar la interpretación que se tiene sobre la responsabilidad social.
3. En la tercera etapa: para el acercamiento a los directivos de organizaciones se elaborará un cuestionario que contendrá preguntas orientadas a las tres dimensiones de la representación social para capturar la interpretación y necesidades que se tienen sobre la responsabilidad social en la organización.

En la tabla no. 1 se presenta el cronograma de actividades considerando las tres etapas que se mencionan en líneas anteriores.

Actividad	Mes	Año 1												Año 2											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Antecedentes y referentes teóricos y metodológicos		■	■	■																					
Determinación de la muestra 1ª. Etapa				■																					
Elaboración de instrumento 1ª. Etapa				■																					
Aplicación de instrumento 1ª. Etapa				■	■	■	■	■																	
Grupo de control				■	■	■	■	■																	
Determinación de la muestra 2ª. Etapa									■																
Elaboración de instrumento 2ª. Etapa									■																
Aplicación de instrumento 2ª. Etapa									■	■	■	■													
Determinación de la muestra 3ª. Etapa													■												
Elaboración de instrumento 3ª. Etapa													■	■											
Aplicación de instrumento 3ª. Etapa													■	■	■	■									
Vaciado de datos							■	■	■				■	■					■	■					
Análisis de datos																				■	■				
Interpretación de datos																					■	■			
Conclusiones																							■	■	
Elaboración de propuesta																								■	■
Redacción del informe de investigación																	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Tabla 1. Cronograma de actividades. Elaboración propia.

Población

Se considera a los estudiantes de licenciatura y posgrado de la Universidad Veracruzana región Xalapa, y a los directivos de organizaciones públicas y privadas de la ciudad de Xalapa.

Es pertinente mencionar que la ciudad de Xalapa tiene una representatividad importante en el estado de Veracruz por varias razones:

- Es la capital del Estado de Veracruz.
- Alberga la población estudiantil y académica más grande de las regiones en que se encuentra dividida la Universidad Veracruzana.
- Cuenta con una amplia diversificación de las áreas de conocimiento de la Casa de estudios antes mencionada.

Muestra

Se determinará una muestra estratificada representativa de los estudiantes de licenciatura y posgrado de la Universidad Veracruzana región Xalapa, así como de los directivos de organizaciones públicas y privadas de la ciudad de Xalapa.

Conclusiones

Con el presente estudio se espera capturar el imaginario social sobre la responsabilidad social, toda vez que se hará uso de la teoría de las representaciones sociales. Como se mencionó en el apartado teórico, éstas permiten vislumbrar la comprensión que se tiene acerca de un fenómeno y la forma en como los individuos dan cuenta de ello a partir de sus actitudes. Es posible entonces observar la manera en que ha logrado permear el tema de la responsabilidad social en la escena universitaria y empresarial de una ciudad representativa del estado de Veracruz. A partir de lo anterior, se contará con información oportuna para contribuir a mejorar los planes y programas de estudio de licenciatura y posgrado de tal manera que atiendan de manera eficaz a las demandas del entorno en lo que a la formación de profesionales se refiere. Esto

último en el marco de la situación socio-ambiental y económica actual, que exige nuevas formas de gestionar las organizaciones. Se espera también dejar abiertas nuevas líneas de investigación, en torno a temas transversales en la educación superior como son la responsabilidad social y la sustentabilidad.

Referencias

- Abric, J. C. (1994). Lastisan et l'artisanat: analyse du contenu et de la structure d'une representation sociale. *Bulletin de Psychologie. Bulletin de Psychologie*, 37(366), 861-875.
- Arenas, D. (2010). La RSE y la crisis desde el punto de vista de la empresa. En *La responsabilidad social de la empresa a debate: lecciones de la crisis* (págs. 55-57). Barcelona: Instituto Universitario de Estudios Europeos.
- Calixto Flores, R. (2009). *Representaciones sociales del medio ambiente en los estudiantes de licenciatura de educacion primaria*. México: UPN.
- CEMEFI, C. M. (2015). *Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado el 23 de octubre de 2015, de Centro Mexicano para la Filantropía: <http://www.cemefi.org/esr/index.php>
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *LIBRO VERDE: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas.
- Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo. (1988). *Nuestro Futuro Común*. Madrid: Alianza.
- De la Cuesta González, M. (2 de agosto de 2004). El porqué de la responsabilidad social corporativa. *Boletín Económico de ICE*, págs. 45-58.
- Di Fillipo, A. (2012). Fundamentos de un Enfoque Iberoamericano para la enseñanza de la Responsabilidad Social Empresarial. En P. d. Desarrollo, *Enfoque y herramientas de formación en Responsabilidad Social Empresarial* (págs. 11-54). New York: PNUD.

- Durkheim, E. (1898). Représentations individuelles et représentations collectives. *Revue de Métaphysique et de Morales*, 273-300.
- Fernández Sánchez, J., & Luna Sotorrío, L. (2010). Mayor transparencia y credibilidad para hacer frente a la crisis de confianza de la RSE. En *La Responsabilidad Social de la Empresa a debate: lecciones de la crisis* (págs. 58-68). Barcelona: Instituto Universitario de Estudios Europeos.
- Foladori, G. (2000). El pensamiento ambientalista. *Tópicos en educación ambiental*, 21-38.
- Jodelet, D. (1986). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En S. Moscovici, *Psicología Social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales* (págs. 469-494). Barcelona: Paidós.
- Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital*, 1 - 25.
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. París: PUF.
- Moscovici, S. (2000). *Social Representations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Terrón Amigón, E., & González Gaudiano, É. (2009). Representación y medio ambiente en la educación básica en México. *Trayectorias*, 58-81.
- Vallaey, F. (S.F.). *Universidad Central de Venezuela*. Recuperado el 12 de junio de 2018, de ¿Qué es la responsabilidad social universitaria?: http://www.ucv.ve/uploads/media/Responsabilidad_Social_Universitaria_Francois_Vallaey.pdf

Análisis de Estrategias Financieras aplicadas a empresas dedicadas al estudio de núcleos de roca en la industria petrolera

Modalidad: Protocolo de Investigación

**Armando Mayo Castro
Juan Carlos Prado Tosca**

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Avenida universidad s/n Zona de la cultura, Colonia Magisterial C.P. 86040, Villahermosa, Centro, Tabasco

Resumen

Derivado de los cambios en la industria petrolera en México, las estrategias financieras han tomado gran importancia, lo cual en el proceso de implementación, las empresas que prestan servicios en el sector petrolero, se han visto obligadas a cambiar sus formas de operación para permanecer en el mercado.

Por lo cual, el trabajo contempla realizar un análisis que permita identificar las estrategias financieras fundamentales para las empresas que prestan servicios de estudio de núcleo de roca en el estado de Tabasco, considerando la evolución del financiamiento en la industria petrolera, que ha mostrado distintos momentos, reflejo de las condiciones que se han presentado en el mercado, tales como la volatilidad de los precios del petróleo o la complejidad asociada a los riesgos, situación que produce una reducción en los ingresos haciendo un efecto adverso que perjudica otras partidas importantes como lo son proveedores, acreedores diversos, documentos por pagar, etc. Obligando a las compañías petroleras a perfeccionar sus mecanismos de operación.

Lo primero fue la investigación documental, después se aplicaron los cuestionarios a los gerentes, y se analizaron las estrategias financieras que están siendo básicas para hacer frente a las condiciones actuales de competencia que puedan coadyuvar a que una organización de servicio logre mantenerse rentable aun con los cambios en el sector, considerando la reforma energética. El enfoque fue deductivo, y la profundidad descriptiva. El resultado fue la competencia financiera.

Palabras clave: Petróleo, Finanzas y Reforma energética.

Planteamiento del problema

Actualmente la industria petrolera en el país ésta en un proceso de cambio en el cual se están implementando los nuevos mecanismos administrativos y operativos, mediante los cuales funcionará este sector. La transición ha afectado la forma tradicional de actuar de las compañías, que se encuentran enfrentando una crisis donde el factor económico y el social, juegan un papel esencial (Auditoría Superior de la Federación, 2016).

Por consiguiente, las empresas operadoras, y las de servicios, están generando utilidades muy por debajo a la de años anteriores, donde en el caso de las primeras, sus ingresos se han visto muy reducidos, debido a que estos dependen en gran medida de la venta de petróleo, y por consiguiente, de su precio.

De igual forma, se han visto afectadas las compañías de servicios, debido que al no tener suficientes recursos, las compañías operadoras han tenido que disminuir su inversión en nuevos proyectos, así como la cancelación de proyectos en ejecución, esto último ocasionado por el proceso de cambio. En consecuencia, ha disminuido la solicitud de servicios o bien, ya no hay disposición a pagar altos precios por los servicios prestados, repercutiendo en las utilidades de las compañías, dando como resultado el despido masivo de personal, por lo cual son pocas las empresas que han logrado la adaptación para competir (Comisión Nacional de Hidrocarburos, 2014).

Lo mencionado anteriormente ha generado que las compañías en Tabasco con giro de laboratorio de estudio de núcleos de roca que tienen contratos con Petróleos Mexicanos (PEMEX), tengan que mejorar su forma de operar y principalmente

perfeccionar sus estrategias financieras, de tal manera que les permita cumplir con lo establecido en los contratos vigentes, y mantenerse en el sector, logrando la evolución necesaria para este fin.

Antecedentes del problema

Núcleos de Roca en la evaluación de formaciones en la industria petrolera.

Los núcleos de roca en la industria petrolera son de gran relevancia debido a que proporcionan datos esenciales para la exploración, evaluación y producción de yacimientos de petróleo y gas. Estas muestras de rocas permiten que los geo científicos examinen directamente las secuencias depositacionales penetradas por una barrena de perforación.

Estas muestras, brindan evidencias directas de la presencia, distribución y capacidad de producción de hidrocarburos y permiten la revelación de variaciones en los rasgos del yacimiento mediante su análisis, que podrían no haber sido detectadas a través de las mediciones derivadas de los registros de fondo de pozo. Mediante la medición y los análisis de la porosidad, la permeabilidad y la saturación de fluidos, basados en muestras de núcleos, los ingenieros pueden caracterizar mejor los sistemas porosos de las rocas y modelar con precisión el comportamiento de los yacimientos para optimizar la producción.

El análisis de núcleos es vital para determinar las propiedades de la matriz de las rocas y constituye un recurso importante para la caracterización de formaciones. El proceso, conocido como análisis rutinarios de núcleos, ayuda a los geo científicos a evaluar la porosidad, la permeabilidad, la saturación de fluido, la densidad de grano, la litología y

la textura. Los laboratorios de análisis rutinarios de núcleos con frecuencia ofrecen una diversidad de servicios adicionales, tales como el servicio de adquisición de registros de rayos gamma en núcleos para correlacionar la profundidad del núcleo con la profundidad de perfilaje de pozos, barridos por tomografía computada de los núcleos para determinar la heterogeneidad de las rocas, y fotografías de núcleos para documentar y describir el núcleo.

Cuando se necesitan conocer los comportamientos de los yacimientos complejos, recurren a los análisis especiales de núcleos para la obtención de mediciones detalladas de propiedades específicas. Los laboratorios de análisis especiales de núcleos normalmente se encuentran equipados para medir la presión capilar, la permeabilidad relativa, las propiedades eléctricas, el daño de formación, el tiempo de relajación de resonancia magnética nuclear, el factor de recuperación, la mojabilidad y otros parámetros utilizados para la calibración de los registros. Los servicios de los laboratorios también son utilizados con el fin de caracterizar los yacimientos para los proyectos de recuperación mejorada de petróleo y para el estudio del flujo multifásico y de las interacciones entre rocas y fluidos (Andersen et al., 2013).

Industria Petrolera en México y sus reservas de hidrocarburo.

En México se encuentra representada el 12% de la diversidad terrestre del planeta, por lo que se encuentra dentro del selecto grupo de países llamados “mega diversos”; produce una amplia variedad de productos agrícolas; destaca a nivel mundial en la producción de minerales como plata, cobre, bismuto, arsénico, plomo y zinc, sin tener que mencionar el petróleo (Arroyo y López, 2015).

México es uno de los pocos países del continente Americano, que cuenta con una posición geográfica privilegiada, además con grandes fortalezas, como su riqueza petrolera que pueden ser aprovechada para mejorar su economía, como ya lo están haciendo inclusive algunos países en Latinoamérica (Mayo y Priego, 2012).

Es necesario mencionar que el petróleo es un combustible natural que se obtiene a partir de una mezcla mineral en la cual intervienen hidrocarburos y otros compuestos que contienen oxígeno, nitrógeno, azufre y parte de determinados metales. Estos transcurren por tres distintas fases: la sólida, la líquida y la gaseosa. En otras palabras, el petróleo es una fuente energética no renovable, que se extinguirá en un periodo máximo de años. Aunque se utiliza principalmente como combustible.

El petróleo es uno de los recursos económicos más importantes de México, que tiene más de 9 mil 170 millones de barriles de reservas probadas hasta el año 2017, lo que convierte al país en uno de los de mayor cantidad de crudo en el mundo, tal y como se representa en la siguiente tabla:

Tabla 1. Reservas de petróleo crudo equivalentes en millones de barriles.

Reservas de petróleo crudo equivalentes en millones de barriles			
Fecha	Probadas	Probables	Posibles
1999	34179.5318	12104.4603	11457.164
2000	34103.7663	12140.8329	11959.5482
2001	32614.3912	12196.2261	11343.3796
2002	30837.4931	11862.4872	10251.0381
2003	20077.2819	16964.9626	12990.0051

2004	18895.183	16005.0791	13140.6978
2005	17649.7856	15836.0756	13428.2297
2006	16469.5914	15788.5376	14159.4016
2007	15514.2096	15257.4374	14604.6648
2008	14717.1991	15144.366	14621.181
2009	14307.7138	14516.9216	14737.938
2010	13992.0798	14236.5981	14845.9727
2011	13796.0216	15013.0865	14264.4632
2012	13810.6	12352.4	17674.9
2013	13867.1	12306.2	18356.4
2014	13437.3	11377.7	17343.6
2015	13017.426	9966.1195	14421.2819
2016	10242.68	7549.56	8348.07
2017	9160.72178	7608.61849	9088.73638

Fuente: Comisión Nacional de Hidrocarburos 2018.

Pregunta de Investigación

1. ¿Cuáles son los cambios en las estrategias financieras utilizadas, por los laboratorios de estudios de núcleos de roca en la industria petrolera en el estado de Tabasco, que le han permitido adaptarse a las nuevas reglas de operación generadas por la implementación de la reforma energética?

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

El análisis que permita identificar las estrategias financieras que han sido fundamentales para las empresas dedicadas al estudio de núcleos de roca en el estado de Tabasco, para seguir activas y contrarrestar los cambios en el sector.

Objetivos Específicos

- Describir las estrategias financieras que han permitido a los laboratorios de núcleos en Tabasco, adaptarse a los cambios que se han presentado por la reforma energética, permitiendo la rentabilidad en el sector.
- Revisar las estrategias financieras que han ayudado al financiamiento e inversión que han sido necesarias implementar, derivadas de las modificaciones a los contratos obtenidos antes de la reforma energética por los laboratorios de estudios de núcleos de roca en la industria petrolera en el estado de Tabasco.

Justificación de la investigación

La investigación indaga sobre las estrategias financieras utilizadas por los gerentes de los laboratorios de núcleos de roca, por considerarse esto como una herramienta

fundamental para analizar, planificar y controlar sus actividades en busca de una mayor competitividad y/o lograr la sobrevivencia.

Hipótesis

Las empresas que se dedican al estudio de núcleos de roca en el estado de Tabasco, se han enfrentado a diversas circunstancias producto de los cambios en el sector energético en el país, lo cual ha provocado que sean pocas las que han logrado desarrollar la disciplina financiera necesaria para mantenerse operando, por lo cual se han visto obligadas a mejorar e implementar estrategias financieras que le han permitido hacer frente a los nuevos retos de competencia, las cuales no eran de importancia en la antigua forma de operar por los altos márgenes de utilidades que les generaban los servicios proporcionados a Petróleos Mexicanos.

Marco Teórico

Hoy las compañías dedicadas al estudio de núcleo de roca no solo compiten en un ámbito local, sino en uno global, a partir de la aprobación de la reforma energética por lo cual los competidores tratan de superar a los otros, con servicios nuevos y mejorados, a través de procesos con alto grado de calidad, más eficientes, puntuales y confiables.

A. Las estrategias y la necesidad de información

La palabra estrategia proviene del griego *estrategos*, término del ámbito militar que significa la manera de enfrentar al enemigo. En los negocios es la manera en que la empresa enfrentara a sus competidores, tal como sucede en la guerra, en las organizaciones el “general” tiene representación por el administrador el cual debe

tener claro cuáles son sus objetivos, que recursos debe utilizar y como lo hará, y los diversos planes de acción para adelantarse a la competencia y obtener una ventaja sobre ella tal como se representa en la siguiente figura:

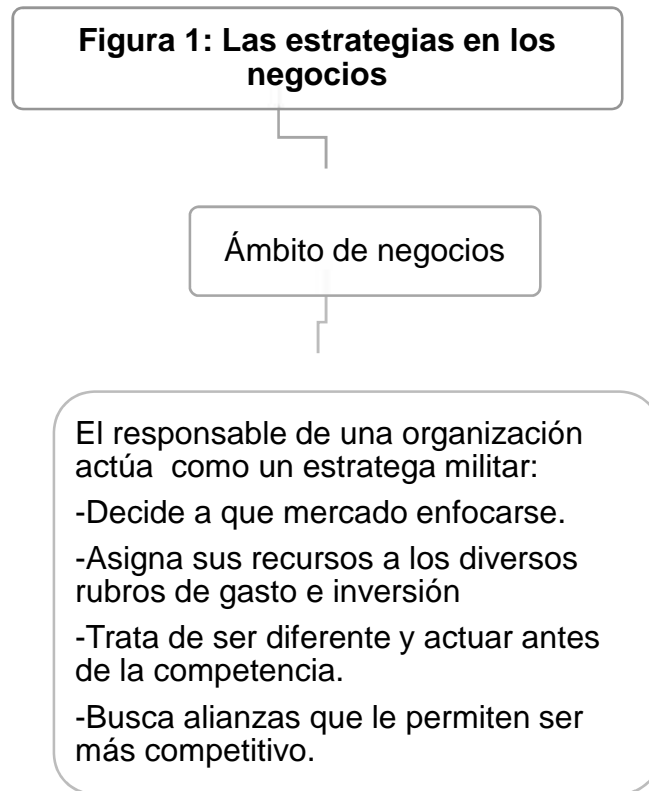


Figura 1. David Noel Ramírez Padilla, 2013.

Kenneth (s. f.; citado por Ramírez, 2013), define estrategia como el patrón de decisiones de una compañía que determina y revela sus objetivos, propósitos o metas, genera las políticas principales como planes para alcanzar dichas metas, y define el segmento del mercado en el que la compañía se enfocara, el tipo de organización económica y no económica que desea hacer a sus accionistas, sus empleados, sus clientes y la comunidad.

La estrategia del negocio debe tomar en consideración la importancia de las dimensiones internas y externas del ambiente operativo en donde se encuentra la empresa, para que este pueda sobresalir.

El pensamiento estratégico es la habilidad de adaptar a la organización para que prospere en el futuro. Por lo tanto la estrategia implica ser diferente del resto de los competidores; desarrollar distintas actividades; o llevar a cabo actividades comunes entre los miembros de la industria pero de forma diferente, de otra manera, la empresa está destinada al fracaso lo que implican saber dónde, cómo y con quien competir, lo que permita a la organización ir moviéndose en el rumbo marcado por su misión y visión.

B. Contabilidad estratégica: respuestas a un mundo cambiante

En la actualidad se requiere que la contabilidad administrativa de las organizaciones y ello incluye a las de giro petrolero dar un paso adelante y se involucre en temas como:

- Analizar los factores económicos y tecnológicos que afectan a la compañía.
- Analizar las fuerzas y debilidades tanto de la compañía como de sus competidores.
- Diseñar un sistema interno para identificar las actividades que agregan y las que no agregan valor.
- Llevar a cabo análisis de rentabilidad.
- Identificar y medir los factores críticos de éxito y los indicadores de desempeño relacionados con estos.

- Informar acerca de la rentabilidad potencial que una nueva innovación o mejora de un producto puede traer a la compañía.
- Analizar la sensibilidad que tiene el precio, el costo y el volumen cuando alguno de ellos cambia.

A raíz de la apremiante necesidad de información estratégica de los administradores, ha tomado gran importancia la denominada contabilidad administrativa estratégica o contabilidad estratégica, la cual se define como “la disciplina que provee la información necesaria para formular y llevar a cabo estrategias para alcanzar una ventaja competitiva”.

Los objetivos de la contabilidad estratégica son los siguientes:

1. **Proveer y analizar información para formular la estrategia del negocio.**

Busca identificar y eliminar las actividades que no agregan valor, entender los generadores de valor, identificar y aprovechar los enlaces entre las actividades que generan valor a través de la colaboración entre los departamentos de la empresa y sus clientes o proveedores.

2. **Comunicar la estrategia en la organización mediante el establecimiento de**

indicadores del desempeño. En el conjunto de dichos indicadores deben existir tanto indicadores predictivos de la situación actual como descriptivos. De esta manera, la contabilidad estratégica facilita el desarrollo de una respuesta veloz ante los rápidos cambios que afectan el mercado y su ambiente operativo.

3. **Monitorear la validez de la estrategia.** Debido a que la estrategia se enfoca en

el futuro, la empresa debe hacer supuestos acerca del estado futuro del ambiente de operaciones tanto externo como interno. Si estos supuestos no

fueran correctos, para la empresa la estrategia seria irrelevante e inútil.

Monitorear la realización y el éxito de la estrategia da la posibilidad a los administradores de validarla y, en caso de que no fuera apropiada para la circunstancia de la compañía, de modificarla para otorgarle relevancia y utilidad.

Es importante considerar que la contabilidad estratégica trata de evaluar la ventaja competitiva o valor agregado de la empresa, en relación con la competencia, así como el provecho que los servicios de la compañía generan para los clientes y los beneficios que estas ventas traen a la empresa en el largo plazo.

C. La dimensión del producto

La administración estratégica de los costos se entiende como el uso de información de costos basados en información estratégica y de marketing, a fin de desarrollar e identificar estrategias más avanzadas que generen una ventaja competitiva sostenible. Es decir la administración estratégica de costos es la aplicación de técnicas de administración de costos para que puedan de forma simultánea mejorar la posición estratégica de las organizaciones.

La administración estratégica de costos hace perseverar en la posición competitiva de la empresa en relación con su cadena de valor, y busca las maneras en las que la empresa logre apalancar la posición de dicha cadena para mejorar la rentabilidad y el desempeño, tomando siempre en consideración cual es la estrategia genérica que la empresa está adoptando liderazgo en costos, diferenciación o enfoque.

En relación con lo anterior, los sistemas estratégicos de administración de costos deben tener claro que la operación de la empresa es dinámica, con muchas

interrelaciones entre sí. Los ingresos y los costos no son partidas independientes, sino que en muchas ocasiones son dependientes.

Entre mayor perciba el cliente, mayores serán los ingresos; pero, por otro lado, entre mayor valor se le ofrezca al cliente, los costos muy probablemente serán también incrementales.

Además del costeo basado en actividades, existen otras herramientas adicionales para una mejor administración estratégica de los costos, los cuales se muestran a continuación:

1. Costeo de atributos

Los atributos a costear son, entre otros: variables de desempeño operativo; confiabilidad y garantías; grado de terminado o acabado; aseguramiento de la existencia del producto; y servicios posventa.

2. Valuación de la marca

Obtener un valor exacto de la marca en términos monetarios es imposible. Una marca es algo intangible, y en pocas palabras su valor se basa en la disposición de los clientes a pagar por un servicio que lleve su respaldo. El valor de una marca está en función de condiciones muy variadas, como la percepción de calidad del producto o los cambios demográficos del nicho de mercado.

3. Costeo del ciclo de vida

Se define como el costo total de propiedades de un sistema durante su vida de operación. Toma en consideración todos los costos relacionados con la factibilidad, la

investigación, el desarrollo, la producción, el mantenimiento, el reemplazo y el desecho, así como los costos generados por la compra del equipo necesario.

El ciclo de vida de un producto tiene varias fases, como se indica en la siguiente figura:

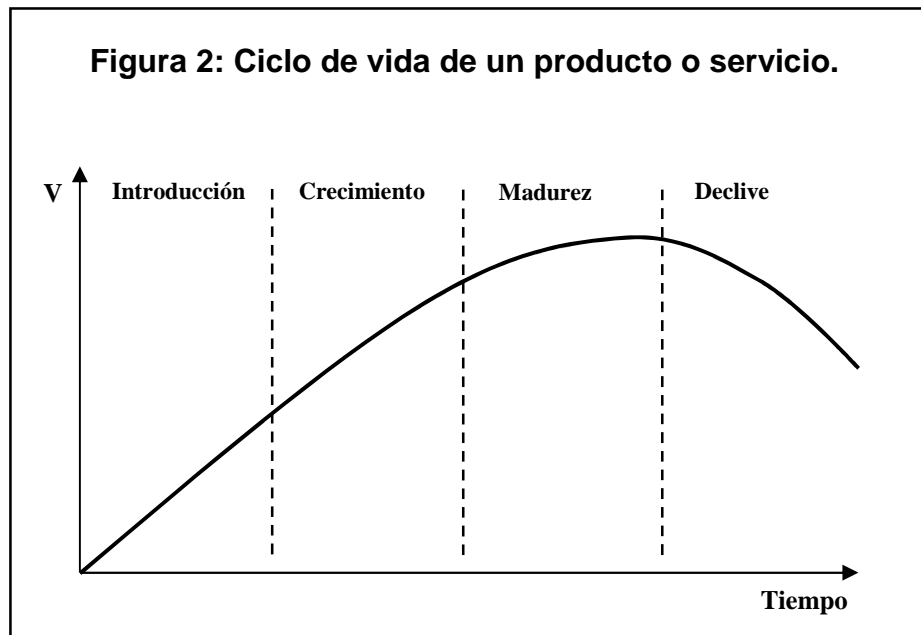


Figura 2. Elaboración propia

4. Costos de calidad

Son los costos con que se relacionan con la creación, identificación, reparación y prevención de defectos. Estos costos suele ser clasificados en tres categorías: prevención, evaluación de fallas internas, y externas.

5. Costeo basado en metas (target costing)

Sirve para determinar correctamente las tendencias de costos y precios en el mercado de la empresa. Cabe aclarar que respecto de la dimensión del producto de la contabilidad estratégica el costeo basado en metas no sólo sirve para determinar el

costo ideal en función de un margen deseado, sino también para hacer eficiente la estructura de costos de la compañía

6. Los costos de los proveedores.

La administración estratégica primero, adopta una visión más general de los costos laterales de los materiales y, segundo, los asigna de acuerdo con un generador correcto. En lugar de considerar sólo el precio de compra de la materia prima, incluye los costos relacionados con problemas de la calidad del material, y con lo que se refieren a la confianza de que el proveedor hará a tiempo sus entregas.

Al conocer la información acerca de la conveniencia de un determinado proveedor en función a los costos relacionados con la materia prima, es posible considerar estos aspectos a partir del diseño del producto (recordemos que una vez diseñado y aprobado un producto, casi 80% de sus costos es imposible de evitar).

Estrategias Financieras

Estrategias financieras a corto plazo.

Galeano y Hugo (2011), considera como estrategias financieras a corto plazo las siguientes:

a) Sobre el capital de trabajo

El capital de trabajo de la empresa está conformado por sus activos circulantes o corrientes, entendiéndose por administración del capital de trabajo a las decisiones que involucran la administración eficiente de éstos, conjuntamente con el financiamiento corriente o pasivo circulante.

Las estrategias financieras sobre el capital de trabajo de la empresa habitualmente obedecen al criterio de selección de la parte central de las finanzas modernas, a saber, la relación riesgo – rendimiento en este sentido, existen tres estrategias básicas: agresiva, conservadora e intermedia la cual se explican a continuación:

La estrategia agresiva: presupone un alto riesgo para alcanzar el mayor rendimiento posible, significa que prácticamente todos los activos circulantes se financian con pasivos circulantes, manteniendo un capital de trabajo neto o fondo de maniobra relativamente pequeño

La estrategia conservadora: contempla un bajo riesgo con la finalidad de operar de un modo más relajado, sin presiones relacionadas con las exigencias de los acreedores. Significa que los activos circulantes se financian con pasivos circulantes y permanentes, manteniendo un alto capital de trabajo neto o fondo de maniobra.

La estrategia intermedia: contempla elementos de las dos estrategias anteriores, buscando un balance en la relación riesgo – rendimiento, de tal forma que se garantice el normal funcionamiento de la empresa con parámetros de liquidez aceptables, pero buscando a la vez que la participación de fuentes permanentes que propician lo anterior, no determine la presencia de costos excesivamente altos y con ello se pueda lograr un rendimiento total aceptable, o sea, no tan alto como con la estrategia agresiva, pero no tan bajo como con la conservadora.

b) Sobre el financiamiento corriente

El financiamiento corriente de la empresa, llamado el pasivo circulante, está compuesto por fuentes espontáneas (cuentas y efectos por pagar, salarios, sueldos, impuestos y

otras retenciones derivadas del normal funcionamiento de la entidad), así como por fuentes bancarias y extra bancarias (representadas por los créditos que reciben las empresas provenientes de bancos y de otras organizaciones), reporta un costo financiero que en dependencia de la fuente se presenta de forma explícita o no.

Las fuentes espontáneas generalmente no presentan un costo financiero explícito; sin embargo, su utilización proporciona a la empresa un financiamiento que de no explotarse la obligaría a acudir a fuentes que sí tienen un costo financiero explícito.

Por su parte, las fuentes bancarias presentan un costo explícito que no es más que el interés que exigen estas instituciones por el financiamiento que otorgan. Ahora bien, no se trata solamente del interés, sino que además resulta importante evaluar otros costos colaterales como es el caso de las comisiones, y la exigencia de saldos compensatorios que inmovilizan parte del financiamiento, siendo fundamental para la evaluación de estas fuentes el cálculo de la tasa efectiva que recoge el efecto de todos los costos asociados a su obtención.

De esta manera se puede apreciar como deberá financiarse la empresa en el corto plazo responde a determinadas estrategias específicas, como es el caso del aprovechamiento del descuento por pronto pago, del ciclo de pagos que resulte adecuado a su vez a la estrategia de capital de trabajo o si estratégicamente conviene acudir al financiamiento bancario o a una compañía financiera de factoraje, definiendo a su vez mediante qué alternativa (línea de crédito u otra), y qué garantías comprometer para obtener el financiamiento requerido.

Es muy importante destacar que el criterio para la definición de las estrategias de financiamiento corriente apunta hacia la selección de aquellas fuentes que, combinando adecuadamente la relación riesgo – rendimiento adoptada por la empresa en correspondencia con su estrategia de capital de trabajo, proporcione el menor costo financiero total.

c) Sobre la gestión del efectivo

Las decisiones sobre el efectivo de la empresa, son en gran medida resultantes de los aspectos ya tratados con respecto a la estrategia sobre el capital de trabajo de la empresa. Sin embargo, por su importancia el desempeño, generalmente se les trata de manera específica, enfatizando en las políticas que deberán seguirse con los factores condicionantes de la liquidez de la empresa, a saber, los inventarios, los cobros y los pagos. En tal sentido, las acciones fundamentales con relación al efectivo son:

1. Reducir el inventario tanto como sea posible.
2. Acelerar los cobros tanto como sea posible sin emplear técnicas muy restrictivas para no perder ventas futuras.
3. Retardar los pagos tanto como sea posible, sin afectar la reputación crediticia de la empresa, pero aprovechar cualquier descuento favorable por pronto pago.

Entre los instrumentos que permiten el cumplimiento de la estrategia para la gestión del efectivo se encuentra la planificación financiera, específicamente la utilización del presupuesto de caja.

El empleo del presupuesto de caja permite conocer los excesos y/o defectos de efectivo que se le pueden presentar a la organización en el corto plazo, a partir de lo

cual puede adoptar la decisión oportuna que proporcione la mayor eficiencia en cuanto a la inversión del exceso o a la negociación de la mejor alternativa para cubrir el déficit.

La administración eficiente del efectivo, resultante de las estrategias que se adopten con relación a las cuentas por cobrar, los inventarios y los pagos, contribuye a mantener la liquidez de la empresa.

Estrategias financieras a largo plazo.

Flores (2015), menciona que en la actualidad las organizaciones buscan sostenibilidad en el futuro por lo cual emplean estrategias financieras a largo plazo, entre las cuales se pueden mencionar las siguientes: estrategias de inversión, estrategias de estructura financiera, estrategias del liderazgo de precios, estrategia de la excelencia operativa, entre otras:

Estrategias de inversión: existen cuatro tipos de estrategias de inversión (ofensivas, defensivas, de orientación y supervivencia); por tanto, para definir la estrategia financiera que deberá seguir la organización acerca de la inversión es indispensable lo que plantea la estrategia general del caso en cuestión. De este modo podría distinguirse alguna de las alternativas siguientes: crecimiento y desinversión.

Si la empresa propone una estrategia ofensiva o de orientación, incluso en ocasiones defensivas, es muy probable que las decisiones sobre inversión apunte hacia el crecimiento, este puede ser interno o externo. El crecimiento interno, se centra en ampliar el negocio ya que la demanda es mayor que la oferta, por introducir menos productos y servicios en el mercado, lo que genera ampliar la inversión actual, o sencillamente porque los costos afectan la competitividad en el mercado. En cuanto al

crecimiento externo, la estrategia financiera es eliminar competidores mediante fusiones o adquisiciones horizontales, es decir de la misma naturaleza del negocio o buscando un mayor control del mercado con los clientes y proveedores mediante fusiones o adquisiciones verticales, es decir, de diferente naturaleza de negocios pero que asegure la cadena productiva y de distribución.

Estas estrategias le dan sostenibilidad a la organización, porque, a través de estas se estudian las decisiones sobre la inversión hacia el crecimiento interno o externo. Las organizaciones que no estudien las inversiones no pueden proyectarse hacia un futuro productivo, ya que, mediante las inversiones una organización puede crecer empresarialmente, ampliar sus instalaciones, obtener mayores utilidades y ser más estables en el mercado financiero.

Estrategia de estructura financiera: esta estrategia destaca directamente hacia el mayor o menor riesgo financiero de la organización. Las organizaciones buscan economizar recursos aprovechando el financiamiento por deudas al ser más económicos y estar exentos de pagar impuestos por tanto, funcionar con dinero ajeno o de tercero resulta ser más económico, pero esto genera que aumente el riesgo y los costos de insolvencia.

Estrategias del liderazgo de precios: Debe hacerse un estudio en el mercado en cuanto al nivel de precios y analizar la estructura de precio predominante. Las organizaciones que utilicen este tipo de estrategias buscan sostenibilidad financiera, porque, establecen patrones de precios en los diversos mercados, están proyectándose a unos productos y clientes exclusivos, que le generan estabilidad

financiera en un cierto periodo económico, por consiguiente cuando se tiene el control del mercado se puede garantizar una excelente sostenibilidad financiera.

Estrategia de la excelencia operativa: esta estrategia contempla las acciones que impulsan el uso eficiente de los recursos en las fases que componen la cadena de valor, a saber: abastecimiento, operación interna y comercialización. Al evaluar los canales de reducción de costos vinculados a la labor de compras, para estimular la disminución en los costos asociados a la adquisición de los insumos y los elementos exigidos por la labor empresarial, resulta indispensable usufructuar los descuentos ofrecidos por pronto pago y negociar con los proveedores la reducción al máximo de los plazos de entrega.

Las organizaciones que ponen en práctica este tipo de estrategia financiera tienden a tener una sostenibilidad en el presente y el futuro, ya que, mediante el buen desempeño productivo y organizacional consiguen alcanzar sus objetivos.

Estrategias basadas en la gestión del conocimiento: en el campo de la economía digital, caracterizadas por elevadas inversiones en tecnologías de información, por la preponderancia del conocimiento como recurso económico útil, por las transformaciones de las relaciones de intercambios, por la integración de naciones en pos de facilitar la libre movilización de los recursos productivos y por la desaparición paulatina del proteccionismo, llama poderosamente la atención que el avance tecnológico y la modernización de los procesos no plantean el despido de personas y, por el contrario, determinan una mayor dependencia de gente pensante.

Estrategias de productividad organizacional: Este tipo de estrategia le da sostenibilidad financiera a una organización, ya que, sin una excelente estructura organizativa, sin una visión interna y externa la empresa no pudiera lograr sus objetivos planeados. Este tipo de estrategias genera un intercambio interno y externo de la organización gracias a la alineación de las estrategias comerciales, financieras, tecnológicas y de talento humano con el medio ambiente externo.

Las estrategias financieras se manejan en el mundo gerencial cotidianamente, lo que lleva al gerente financiero a tomar las mejores decisiones posibles con relación a la sostenibilidad financiera de la organización, es decir entre mayor sea la sostenibilidad financiera de la organización mayor será su éxito empresarial al alcanzar los objetivos trazados en la misma.

Funciones Financieras en las Empresas Petroleras

La función financiera es “la obtención y aplicación razonable de los recursos necesarios para el logro de los objetivos de la empresa u organización” (Batres y García, 2006).

Dentro de la organización, los administradores financieros describen la administración financiera de acuerdo a sus funciones y responsabilidades, aunque cada empresa tiene objetivos y políticas específicas de manejo que las hace únicas, pero de manera general o clave se pueden mencionar: la inversión, el financiamiento y las políticas de dividendos.

Las funciones de la administración financiera se refieren a visualizar el desarrollo de todas las operaciones a futuro, así como las inversiones que se puedan realizar en la organización con la finalidad de ser una empresa productiva, rentable y competitiva.

Ochoa (s.f.; citado por Robles, 2012), Nos muestra en la figura 3 la función financiera principal dentro de las organizaciones:

Figura 3: La principal función financiera dentro de las organizaciones.

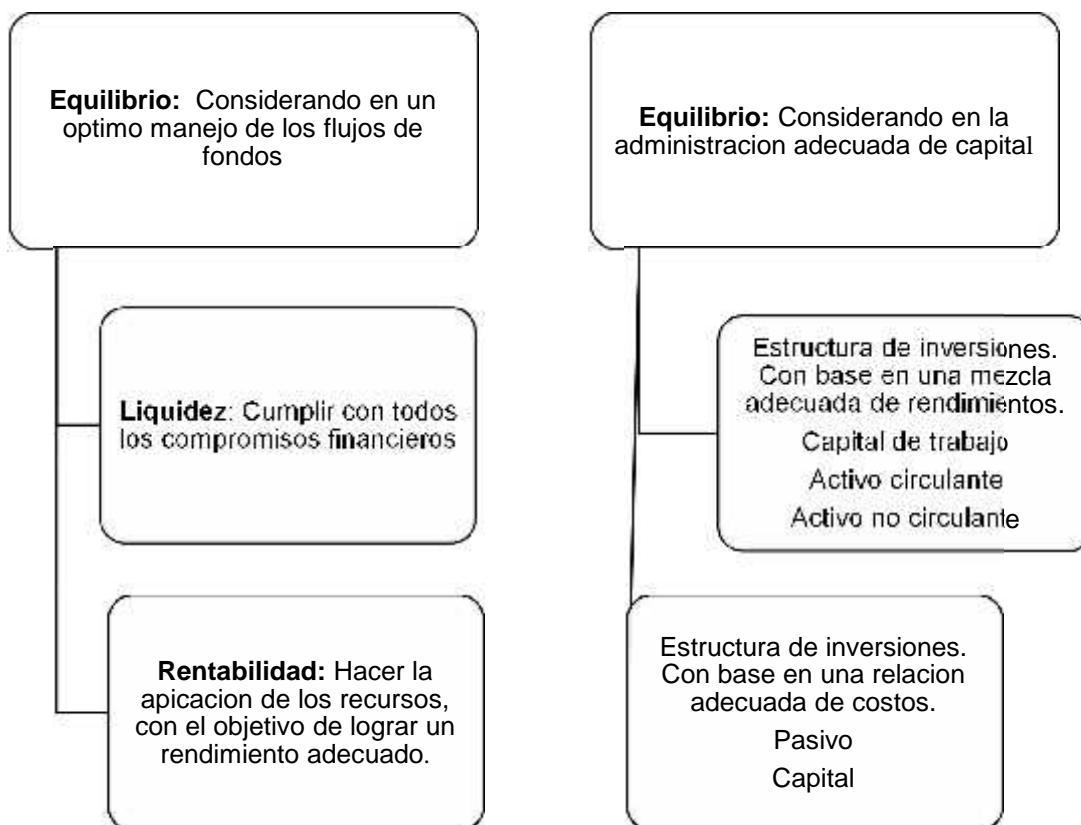


Figura 5. Elaboración propia (en base a Robles, 2012).

Las funciones financieras en la industria petrolera después de la reforma energética han sido muy relevantes. En la actualidad, Robles (2012), menciona que la función primordial del administrador financiero es maximizar el patrimonio de los accionistas, y entre otras de sus funciones están las siguientes:

- Administrar adecuadamente los activos de una empresa y fijar los niveles adecuados u óptimos de cada tipo de activo circulante, y decidir sobre los activos a invertir.
- Administrar adecuadamente el pasivo y el capital de una empresa, para conocer el financiamiento más provechoso en los diferentes plazos, y así disminuir costos.
- Realizar el análisis y la planeación financiera para conocer en donde se sitúa, y evaluar los requerimientos de producción, a través de los estados financieros, generando indicadores financieros.
- Conocer las fuentes de financiamiento a corto, mediano y largo plazo, así como las tasas de interés que se generan para buscar los financiamientos en los montos necesarios y al más bajo costo.

Aguilera et al, 2014 menciona que entre las responsabilidades más importantes del administrador financiero se encuentran las siguientes:

- Coordinación y control de las operaciones: Esta función se refiere a que el administrador financiero debe coordinarse con los responsables de los departamentos para asegurar que la empresa u organización opere de manera eficiente, y así obtener los mejores resultados financieros.
- Realización del presupuesto y planeación a largo plazo: Se refiere a realizar conjuntamente con los directivos y con los responsables de cada departamento, el presupuesto y la planeación a largo plazo, para presentar las estimaciones y pronósticos relacionados al futuro de la empresa en relación al manejo de los recursos monetarios.

- Decisiones de inversión y financiamiento de bienes de capital e inventarios: Se refiere al análisis de los activos que son productivos, y de indicadores financieros que demuestren donde se deben realizar las inversiones para generar las mayores tasas de rendimiento; crecimientos en ventas; así como inversiones en la planta, en equipos e inventarios, para que generen dinero y obtener sobrantes, y de este modo, hacer inversiones financieras; además, conocer donde obtener financiamientos al más bajo costo y en los montos necesarios.
- Administración de las cuentas por cobrar y el efectivo: se refiere a analizar el capital de trabajo que debe tener una organización para que funcione perfectamente, sin que falte o sobre dinero, sino que exista el adecuado balance para cubrir todas las necesidades, por eso son importantes las cuentas por cobrar, ya que es el periodo de financiamiento para los clientes; en relación al estudio que se realice de las cuentas por cobrar será la tasa de rendimiento que se genere, para lograr establecer tiempos idóneos para tener cobros oportunos y no incrementar las tasas de cartera vencida.
- Relación de los mercados financieros: En la actualidad, las grandes empresas buscan la manera de interactuar con el mercado financiero, donde el dinero se convierte más fácilmente en más dinero, aunque con mayor riesgo; sin embargo, este capital que se invierte en el mercado financiero debe ser dinero sobrante de la operación normal de cada una de las empresas, ya que éstas deben generar su propio flujo de efectivo excedente que les permitan generar más efectivo.

Por lo tanto, el papel del administrador financiero es muy importante, debido a que las organizaciones lo que pretenden es obtener mayores ganancias (Rubio, 2016).

Aspectos Metodológicos

Diseño de la investigación

El enfoque deductivo con profundidad descriptiva, y no experimental (Hernández, Fernández y Baptista, 2010), a través de la recolección de datos, análisis e integración de valores cuantitativos para proceder a su interpretación. El alcance fue prospectivo. El plan corroborar la hipótesis.

Tipo de estudio.

El tipo de estudio de esta investigación será cuantitativo, y se llevara a cabo mediante una encuesta aplicada a directivos de los laboratorios de núcleos activos en el estado de Tabasco, el cual considerara los fenómenos estudiados y sus componentes que describirán los datos encontrados.

Población y muestras

La población bajo estudio será la totalidad de gerentes de operaciones así como gerentes financieros que tiene injerencia en la toma decisiones financieras, en los laboratorios de núcleos en el estado de Tabasco.

El tamaño se concibió por el reducido número de entrevistados. La investigación no probabilística estará conformada por los responsables de quienes tiene el cargo de

director general, gerente de administración y finanzas, y gerente de operaciones por la experiencia de decidir en las estrategias financieras adecuadas para las empresas de núcleos en el estado de Tabasco.

Referencias

Aguilera Gómez, Manuel, Alejo, Francisco Javier, Navarrete, Jorge Eduardo, y Torres,

Ramón Carlos. (2014). Consideraciones sobre la Reforma de la Industria Petrolera en México. *Economía UNAM*, 11(33), 110-137. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-952X2014000300006&lng=es&tlng=es.

Andersen, M. A., Duncan, B., y McLin, R. (2013). Los núcleos en la evaluación de formaciones. *Oil Field Review*. Schlumberger, Houston, Estados Unidos.

Recuperado de:

https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38202142/2_core_truth.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1528306272&Signature=5Vcl0oavT84riWIqZ2cQFZ5WRv0%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLos_nucleos_en_la_evaluacion_de_formacio.pdf

Arroyo Aguilar, P. y López Esparza, F. (2015). Horticultor hidropónico urbano.

Ingeniería mecánica. Universidad Nacional Autónoma de México.

Auditoría superior de la federación. (2016). *Reformas estructurales: Reforma*

Energética. Apuntes didácticos. Recuperado de:

https://www.asf.gob.mx/uploads/61_Publicaciones_tecnicas/4._Las_Reformas_Estructurales._Reforma_Energetica.pdf

Batres, S. R. y García-Calderón, G.L. (2006). *Competitividad y desarrollo internacional: Como lograrlo en México*. (1 Vol.). México: McGraw-Hill Interamericana.

Comisión Nacional de Hidrocarburos. (2014). *El Futuro de la Producción de Aceite en México: Recuperación Avanzada y Mejorada* (Septiembre 2014). Recuperado de:

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/149844/IOR_EOR_published.pdf

Flores, N. (2015). *Estrategias Financieras Aplicadas al Proceso de Sostenibilidad y Crecimiento de las PYME del Sector Comercio del Municipio Santiago Mariño del Estado Aragua*. Magister en Administración de empresas, Mención Finanzas. Universidad de Carabobo. Recuperado de:

<http://www.mriuc.bc.uc.edu.ve/handle/123456789/2536>

Galeano, V., y Hugo, V. (2011). *Las estrategias financieras como herramienta en la toma de decisiones*. *Universidad Nacional de Asunción*. Recuperado de: <file:///C:/Users/Family%20CorGue/Downloads/52191956-Estrategias-Financieras.pdf>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*, México: McGraw-Hill.

Mayo Castro, y Priego, O. (2012). *La Riqueza Petrolera de México*. 1st ed. Alemania: Editorial Académica Española.

Ramírez Padilla, D. N. (2013). Contabilidad administrativa. Un enfoque estratégico para competir. 9na ed. México, D.F. Mc Graw Hill.

Robles Román, C.L. (2012). Fundamentos de administración financiera. 1ed. México.

Red Tercer Milenio. Recuperado de: <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-49-Fundamentos-de-administracion-Financiera.pdf>

Rubio Peñalver, M. (2016). Análisis Económico Financiero. Grado Administración y Dirección de empresa. Universidad Miguel Hernández.

ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS

	Actividades/2017	Ene	Feb	Mar	Abril	Mayo	Jun	Jul	Ago.	Sep.	Oct	Nov	Dic
1	Elección del tema												
2	Revisión de la literatura												
	Actividades /2018												
3	Elaboración del protocolo												
4	Revisión del protocolo												
5	Presentación del protocolo												
6	Modificación del protocolo												
7	Evaluación del protocolo												
8	Inicio de la investigación y recolección de datos												
9	Organización de la información												
10	Procesamiento de la información												
11	Análisis e interpretación de los resultados												
12	Conclusión del estudio												
13	Entrega del informe final												

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Grado de compromiso laboral como factor detonante de responsabilidad en los trabajadores de las tiendas de autoservicio

Modalidad: Protocolo de Investigación

**Roxana Araceli Morales Gómez
Aída Dinorah García Álvarez
Jorge Rebollo Meza
Lenin Martínez Pérez
Gladys Elena Mateos Gutiérrez**

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Avenida universidad s/n Zona de la cultura, Colonia Magisterial C.P. 86040,
Villahermosa, Centro, Tabasco

“Grado de compromiso laboral como factor detonante de responsabilidad en los trabajadores de las tiendas de autoservicio”

Resumen

Se busca analizar el grado de compromiso laboral, los factores sociodemográficos que lo determinan y la correlación que sostiene con la responsabilidad propia del trabajador de las tiendas de autoservicio del municipio de Centro, Tabasco; con la finalidad de crear acciones encaminadas a mejorar los índices de compromiso y responsabilidad laboral que coadyuven a disminuir el nivel de rotación dentro de la empresa, reduciendo la brecha capacitación-productividad; para lo cual, se realizará una investigación de tipo correlacional, con un método deductivo, enfoque mixto, cuyo diseño metodológico será no experimental, transversal, y secuencial explicativo; las técnicas a utilizar se basaran en una escala de medición y entrevistas, que serán objeto de análisis estadísticos, descriptivos e interpretativos.

Palabras clave: Organización, valores organizacionales, compromiso, responsabilidad, autoservicio.

Introducción

Desde los años 30 se han desplegado diversos estudios acerca de liderazgo, clima y cultura organizacional (Uribe, Patlán y García, 2015) debido a la importancia que tiene la revalorización de las funciones del capital humano como maximizador productivo (Lou y Cuba, 2007); donde cobran importancia los valores organizacionales.

En el presente estudio se retoman dos de ellos – el compromiso y la responsabilidad, siendo el compromiso entendido como “la fuerza relativa con la que un individuo se identifica con la organización y se implica en la misma” (Pons, 2009, p. 109), este carácter de implicidad se materializa en la solución de problemas y ejecución de tareas dentro de la empresa, pero la diferencia de hacer las cosas, y de hacerlas con más empeño pensando en beneficio de todos los involucrados – recae en la responsabilidad; esta se define a partir de Restrepo (2014) como la conjugación de la función de poder (capacidad), acción (hacer), y saber (conocimiento); es decir, está implícita en todo acto que se realiza con conocimiento de causa y por voluntad propia, con una dosis de moralidad que asume el buen actuar sin que represente un daño hacia los demás.

Los orígenes de ambos valores se remontan a la antigua Grecia (Vargas, 2005), aunado a la revisión bibliográfica el compromiso es visto desde diferentes perspectivas, que buscan acercar al individuo a la empresa desde una manera afectiva, tal es el caso de los siguientes autores: Allen y Meyer, 1996; Becker, 1960; Maillet, 1984; Mathieu, Zajac, 1990; Porter, Steers, Mowday y Boulian, 1974; Steers, 1977; y más recientemente se han realizado otros estudios por Affum-

Osei, Acquah y Acheampong 2015; Arciniega y González, 2006; Arias, Valera, Loli y Quintana, 2003; Córdoba, 2006; Itzan, Sorensen y Halonen, 2013; Mehech, Cordero, Gómez, 2016; Meyer et al., 2012; Saqib, Abrar, Muhammad, Bashir y Ahmad, 2015.

Por su parte las investigaciones relacionadas con la responsabilidad aun sientan sus bases teóricas en la filosofía de Aristóteles analizados a partir de Bravo (2006); Esponda (2016), Rapp (2008) y la psicología, basadas en escritos de Fischman (2017), Planas (2009) y Selman (2013), también en materia de derecho, hay autores que conceptualizan y clasifican a la responsabilidad como Hart (2008) y Santiago (2003); se puede considerar que tal valor no ha sido tema central de los teóricos sociales, por lo que se pretende crear un concepto basado en el actuar cotidiano dentro de una organización.

Esta investigación es desarrollada en cuatro apartados; en la primera parte se plantea el problema de investigación, seguido del esquema de un marco teórico basado en tres conceptos básicos: compromiso, responsabilidad y tiendas de autoservicio; posteriormente se explica la metodología que se pretende seguir y al final se expresan los resultados que se desean obtener del sustento teórico, aplicación del instrumento a trabajadores y la entrevista a los gerentes en las tiendas de autoservicio.

Planteamiento del problema

La problemática de la falta de compromiso laboral en un nivel macroeconómico se ve reflejado en los indicadores nacionales que mencionan que en 2016 el 37% de los 1,830,793 desempleados manifestaron haber renunciado voluntariamente a su

empleo; y el 36.33% de las 52,865,845 personas que laboraban deseaban cambiar de empleo (Instituto Nacional de Estadística y geografía [INEGI], 2016, 2017). Estos datos convertidos a un índice nacional de rotación promedio de personal oscilarían entre 12.15% de acuerdo con la media calculada a partir de los datos proporcionados por Sistemas Humanos [SH] (2018), y un 17% (Gascon, 2013).

Por su parte, las actividades terciarias generan más del 60% de los empleos del país, donde el sector comercio representa el 30.26% de estos (INEGI, 2017), del cual, el subsector más representativo son las tiendas de autoservicio con 4,032,000 de empleados (Valenzuela, 2017), es en este subsector donde se desarrolla este estudio, ya que, en 2016 obtuvo un índice de 68% y en 2017 un 75.9% de desvinculación laboral, los cuales son elevados respecto al índice nacional.

Más específicamente, en el formato objeto de estudio, en 2016 reportó un 51.1% y en 2017 un 58% de rotación de personal, en sus informes anuales (Grupo Comercial Chedraui, 2017, 2018); si bien es menor al índice promedio de todas las tiendas de autoservicio, sigue siendo alto de acuerdo con el índice nacional; por lo que, se puede deducir la falta de compromiso laboral por parte de sus colaboradores, dado que el compromiso se conceptualiza como un vínculo psicológico entre el empleado y su organización que hace menos probable que el empleado renuncie voluntariamente (Allen & Meyer, 1996). Dicho vínculo filial se da por medio de la identidad y la eventual acción colectiva, los cuales no son logrados por la cantidad y monotonía del trabajo, apoyadas por una vigilancia

constante en las tiendas de autoservicio (Hernández, 2009) dichos hechos también son evidentes también de forma empírica.

Esta carencia de compromiso laboral, reflejada en el deseo de abandono de los empleos en las tiendas de autoservicio, dan el punto de partida a este trabajo de investigación, ya que la rotación también repercute en la actuación contraria a la responsabilidad en su área de trabajado, al ejecutar las acciones con una actitud poco positiva, sin autonomía y sin un sentido de deber, a su vez que no asume las consecuencias de sus actos, creando actores poco productivos que restan a la rentabilidad de la empresa, por lo cual se hace imperiosa la necesidad de conocer el grado de compromiso y su injerencia en la responsabilidad de los trabajadores, así como analizar los factores que intervienen y gestan un vínculo entre ellos; para platear acciones encaminadas a mejorar estos aspectos no sólo por un sentido de obligación, sino por un verdadero sentido de identidad, construyendo colaboradores responsables en su conducción, dentro de las tiendas de autoservicio en el municipio de Centro, Tabasco.

Preguntas de investigación

¿Cómo se correlaciona el compromiso laboral con la responsabilidad del trabajador en las tiendas de autoservicio en el municipio de Centro, Tabasco?

¿Cuál es el grado de compromiso de los trabajadores en una tienda de autoservicio?

¿Cuál es el grado de responsabilidad de los trabajadores en una tienda de autoservicio?

¿Cómo influyen los factores sociodemográficos (edad, sexo, escolaridad, puesto) en el compromiso laboral?

Justificación

Se pretende encontrar fundamentos tanto teóricos como empíricos, para vincular la percepción de compromiso por parte del trabajador con la responsabilidad ejecutada en las acciones que permean su puesto de trabajo; estas cualidades sumadas dan como resultado una ventaja competitiva de manera sostenible; ya que de acuerdo con Ruiz (2008) una persona con compromiso laboral tienen una mayor aportación de valor y repercute favorablemente en la rentabilidad de la organización donde se encuentra.

Esta investigación se considera un referente teórico para futuros estudios acerca de compromiso y responsabilidad laboral en tiendas de autoservicio, debido a que, si bien, existen escritos en torno a compromiso en los cuales apoyaremos la teoría de este estudio (Affum-Osei, Acquah y Acheampong, 2015; Allen y Meyer, 1996; Arciniega y González, 2006; Becker, 1960; Littlewood, 2003; Maillet, 1984; Mathieu, Zajac, 1990; Mowday, Steers y Porter, 1979; Schaufeli, Salanova, González y Bakker, 2002; Soane et, al., 2012; Steers, 1977) y de responsabilidad (Bravo, 2006; Cuesta, 2015; Eiguer, 2008; Esponda, 2016; Fischman, 2017; Hart, 2008; Kizel, 2017; Lupercio, Carlos y González, 2007; Planas, 2009; Rapp, 2008; Restrepo, 2014; Reyitoso, 2010; Santiago, 2003; Selman, 2013); derivado de la compilación teórica no se ha encontrado hasta el momento una investigación que específicamente use ambos aspectos y los ponga en juego en las tiendas de autoservicio.

Con la finalidad de comprobar si existe una correlación entre las variables de compromiso y responsabilidad, partiendo del supuesto que Tejada y Arias (2005) mencionan donde el compromiso es visto como conductor de proactividad y productividad con una motivación creciente hacia la tarea y una orientación positiva hacia el rol en el trabajo; se ocupará de un constructo que mida ambas variable y las correlacione bajo un análisis estadístico, así como de entrevistas que ayuden a sustentar dicha hipótesis; teniendo así un enfoque mixto que permitirá generalizar y replicar el resultado obtenido en otros estudios.

Otro de los beneficios que se desean obtener en este trabajo de investigación es aportar acciones que ayuden a disminuir el índice de rotación de personal, para que aumente la productividad, se reduzcan los costos de capacitación, y de la curva de aprendizaje; creando mayor compromiso y sentido de responsabilidad en los trabajadores, pero, sin tomar un carácter utilitarista que solo brinde aportaciones a las empresas, con el cual se pierde el verdadero sentido del valor intrínseco del individuo el cual, se busca rescatar en las tiendas de autoservicio del municipio de Centro, Tabasco.

Objetivos de la investigación

Objetivo general.

Analizar la correlación entre el grado de compromiso laboral y la responsabilidad de los trabajadores, para elaborar acciones encaminadas a mejorar estas variables en las tiendas de autoservicio en el formato Chedraui en el municipio de Centro, Tabasco.

Objetivos específicos.

Determinar el grado de compromiso por parte de los empleados hacia la empresa desde un enfoque emotivo, normativo y de continuidad.

Determinar el grado de responsabilidad de los trabajadores en base a la ejecución de tareas, la asunción de retos de crecimiento y cómo afrontan los problemas.

Identificar la influencia de factores sociodemográficos (sexo, edad, escolaridad y puesto), en el grado de compromiso laboral.

Plantear acciones que conlleven a mejorar el compromiso y la responsabilidad de los colaboradores hacia la empresa.

Hipótesis

H₁ El compromiso laboral es un factor determinante de la responsabilidad de los trabajadores de las tiendas de autoservicio.

H₂ El grado de compromiso laboral en los trabajadores de las tiendas de autoservicio es menor a un 70% en promedio.

H₃ El grado de responsabilidad se comporta paralelamente al mismo nivel que el compromiso laboral.

H₄ Los factores sociodemográficos influyen en el grado de compromiso laboral.

Alcance y Limitaciones

Alcance.

Este estudio está enfocado a las tiendas de autoservicio, por sus características de estructura y procedimientos, el resultado solo puede ser

generalizado a empresas similares en tamaño, cantidad de empleados y formato de autoservicio.

Limitaciones.

Al ser un tema de carácter axiológico; influyen factores personales del individuo, que no se logran determinar con una prueba de enfoque laboral, evadiendo una posible propuesta radical y general que permita alcanzar altos índices de compromiso y responsabilidad en los empleados.

El levantamiento en campo será entre los meses de mayo a julio 2018, donde la información recabada será válida en dichas fechas; de igual forma se cree en la buena fe de las respuestas obtenidas, la cuales pudieran no ser reales.

Marco teórico y referencial

Organizaciones

“Las organizaciones son entidades simbólicas, porque corren modelos implícitos en la mente de sus miembros, que interfieren con la satisfacción de los implicados y el rendimiento de la empresa” (Larentis, Antonello y Slongo, 2018, p. 39), están conformadas por el recurso financiero, de sistema y humano (Segredo, 2016); dentro de la cual existe un sistema de actividades coordinadas conscientemente hacia un determinado objetivo que se logra a través del establecimiento de reglas que se dividen en formales (normas legales) e informales (códigos de conductas) establecidas, regidas y transmitidas por medio de una cultura organizacional que es incidida e incide sobre su contexto (Aira, 2016).

Cultura organizacional

La cultura organizacional implica colectividad y está referida a un sistema axiológico, de creencias y tradiciones compartidas e interpretadas por igual; establecida por medio de símbolos que forman un red de significados, como el producto histórico de la suma de los acontecimientos cotidianos que influyen en el comportamiento de los miembros de una organización a través de mitos como una narrativa dramática de los sucesos de orígenes y cambios; de rituales y ceremonias que representan actos que moldean actuaciones y dan valor a los símbolos; constituida por valores propios, los cuales no cambian aunque sus significados sean reinventados (Aira, 2016; Larentis, Antonello y Slongo, 2018).

Valores organizacionales

“En las organizaciones, los valores permiten que sus integrantes interactúen de manera armónica, estos a su vez influyen en su formación y desarrollo como personas, y facilitan alcanzar objetivos que no serían posibles de manera individual” (Jiménez, 2010, p. 10). Los valores son la columna vertebral en una empresa, para su sostenimiento, mejora y ventaja competitiva, por lo que, es necesario que se definan, mantengan, sean promovidos y divulgados y ejecutados constantemente (Jiménez, 2010; Moreno y Del Cerro, 2009; O’Donnell, 2007; Planas, 2009; Venegas, 2009); en este espacio se interceptan y suman los valores personales con los establecidos en la cultura organizacional; cabe mencionar que, todo valor es bueno, independientemente del contexto empresarial. (Marsollier y Exposito, 2017; Planas, 2009).

La humildad, honestidad, justicia, responsabilidad, y compromiso son considerados valores empresariales (Planas, 2009; Venegas, 2009), estos varían en base con la conveniencia de las organizaciones, aunque no siempre existe congruencia con lo que se vive dentro de estas (Marsollier y Exposito, 2017), por lo que se pretende que haya una alineación, así valores como el compromiso y la responsabilidad se tornen con plena eficiencia y se logren los objetivos planteados.

Compromiso laboral

La etimología de la palabra compromiso de acuerdo con el diccionario de la Real Academia Española (2014) proviene del latín “compromissum” que significa obligación contraída a partir de un acuerdo, como lo son los contratos de trabajo.

La complejidad de la definición del valor de compromiso nace de su misma naturaleza psicológica como mediadora del comportamiento humano; llevándolo a adquirir un carácter intrínseco (Elizur, 1996); ya que surge de un vínculo afectivo o intelectual que “liga al individuo con la organización en sobreentendida conjunción de aceptación de objetivos y orientación de la entidad con un intenso deseo de afiliación” (Venegas, 2009, p. 57).

El compromiso es uno de los antecedentes actitudinales más estudiados del comportamiento organizacional (Mathieu y Zajac, 1990; Vázquez, 2013), desde hace más de 50 años cuando sólo se hacía referencia a este concepto bajo fenómenos de: implicación, apego, vocación y obligación (Becker, 1960). Se puede definir al compromiso laboral en base con los siguientes autores:

Mathieu y Zajac (1990); Steers (1977): Compromiso organizacional es un enlace o unión de la persona hacia la organización, generado por las experiencias laborales.

Allen y Meyer (1996); Villafañe (2017): El compromiso organizacional es un estado psicológico que hacen que el individuo se identifique con una organización, siendo menos probable que este abandone voluntariamente la misma.

Matos y Moreno (2004), "El concepto general de compromiso organizacional sería la identificación del trabajador con su empresa y la disposición a trabajar a favor de esta" (p. 23).

Teorías y enfoques del compromiso laboral.

Enfoque unidimensional.

El estudio desde un enfoque de comportamiento organizativo realizado por Mowday et, al. (1979); Porter et, al. (1974); Steers (1977) es un claro referente unidimensional que esta absorbo únicamente en la dimensión afectiva, aunque con diferentes factores que caracterizan al compromiso laboral: como la aceptación de objetivos y valores, ejecución de esfuerzos en beneficio de la empresa, y el deseo de permanencia en la misma (Juaneda y González, 2007).

Enfoques multidimensionales.

Por su parte, los trabajos de Meyer y Allen (1984); Mathieu y Zajac (1990) parten de la idea de una estructura bidimensional, con el compromiso afectivo y continuo; posteriormente, se añaden más dimensiones como la conformidad, Identificación, Internalización y gestión moral de la cual se agrega la línea de compromiso calculativo posteriormente como medios de estudios de compromiso laboral

(Juaneda y González, 2007). Cabe destacar que el modelo más usado para compromiso organizacional es el de Meyer y Allen (1991) de las tres dimensiones.

Teoría de Allen y Meyer.

El modelo de Allen y Meyer ha sido aplicado en diferentes lugares, tiempos y autores como en Corea del Sur por Lee, Allen, Meyer y Rhee (2001) en Reino Unido Ivtzan, Sorensen y Halonen (2013); en España por Pons (2009), en Portugal por Santos, Guillen, y Montealban (2012), en Canadá por García, Sánchez, y Pérez (2014), en Venezuela por Córdoba (2006) en Perú por Montoya (2014), Arias, Varela, Loli y Quintana (2003), en México por Arciniega y González (2006), Tejada y Arias (2005).

La estructura de este estudio se basa en las dimensiones de:

Compromiso afectivo: supone una interiorización de las metas y valores de la empresa en los trabajadores por medio de una unión emocional hacia la empresa, al sentir que sus necesidades psicológicas y expectativas han sido satisfechas (Tejada y Arias, 2005); “es el afecto o cariño que el individuo desarrolla por su empresa” (Litlerwood, 2003, p. 47).

Compromiso de continuidad: este se relaciona con los costos y pérdidas financieras que resultan de dejar la empresa (Becker, 1960). Sería entonces básicamente el miedo a perder la inversión monetaria (sueldo y otros beneficios), profesional (antigüedad en la empresa, habilidades adquiridas por el rol que ha desempeñado en años) o social (al perder amistades) que ha hecho el empleado en la empresa. La dificultad de querer dejar su empleo crece a menudo que

aumenta la edad, la experiencia, si tiene un rol establecido y exitoso, o si ha tenido varias promociones dentro de una organización.

Compromiso normativo: de acuerdo con Littlewood (2003) “es la reciprocidad que siente el empleado por haber sido objeto de consideraciones y tratamiento especial, puede incrementarse con la capacitación, becas, y disfrute de favores especiales” (p. 48). Mowday et. al. (1979) afirma que este compromiso moral es la actitud de lealtad que expresa una obligación con relación a un intercambio de conductas de esfuerzo y actitudes positivas. Allen y Meyer (1996) mencionan que este compromiso es generado también por el involucramiento de valores, creencias y socialización del individuo que lo lleva a actuar responsablemente.

Tipos de escalas de medición del compromiso organizacional

Como referente de las distintas posturas y dimensiones que se otorga al compromiso laboral; se considera que, desde 1979 se han desarrollado diferentes pruebas que buscan medir el compromiso laboral como el caso de Mowday, Steers y Porter (1979), la encuesta Gallup Q12 (Harter, Schmidt, Agrawal, Plowman, y Blue, 2016), UWES (Utrecht Work Engagement Scale), por sus siglas en inglés Escala de Compromiso Laboral de Utrecht, propuesta por Schauteli, Salanova et. al. (2002), ISA que es un modelo propuesto a la ONU, que estudia el compromiso intelectual, social y afectivo (Soane et. al., 2012) (ver tabla 1).

La escala utilizada en este estudio es la de Allen y Meyer debido ya que se pretende medir el compromiso afectivo, normativo y de continuidad en los empleados de las tiendas de autoservicio.

Tabla 1
Escalas de medición de compromiso laboral.

Autor	Año	Escala	Dimensiones	Descripción	Ítems	Observaciones
Mowday, Steers y Proter	1979	OCQ	Afectiva	Una fuerte creencia y aceptación de metas y valores empresariales. Ejecución de un esfuerzo considerable en representación de la organización. Pertenencia en la organización.	15	Se crea una nueva versión de 9 ítems. Es empleada por (Betanzos, Andrade y Paz, 2006; Mijares, 2011) en México; Maillet (1984) en Francia; Monday, 1998; Pilati y Borges (2012) en Brasil, Yi-Ching, Shui y Sun (2012) en Taiwán.
Gallup y Clifon	1988	Gallup Q12	Compromiso y desempeño	Mide la satisfacción, lealtad, orgullo, percepciones de servicio al cliente y la intención a permanecer en la empresa	12	Se basa en encuestas en línea por lo general, aplicada a más de 3,000,000 de personas, en 73 países (Harter, Schmidt, Agrawal, Plowman y Blue, 2016).
Allen y Meyer	1990	Meyer y Allen	Afectivo	Considera el afecto o cariño que el individuo desarrolla por su empresa. Se relaciona con los costos o pérdidas resultantes de dejar el trabajo, como el dejar de tener un sueldo, prestaciones y el perder los esfuerzos puestos en una actividad; de alguna manera la ausencia de alternativas refuerza esta dimensión.	8	"Entre los años de 1990 y 1994, más de 40 estudios publicados utilizaron su primera versión desarrollada en 1990" (Bonhnenberger, 2005, p. 91). Esta primera versión contiene 24 ítems de los cuales 8 son para cada dimensión (Allen y Meyer, 1990, p. 6-7). Fue comprobada en Venezuela por Córdova (2006) en México por Tejada y Arias (2005); en Israel por Carmeli, Elizur y Yaniv (2007), entre otros. Seis años después se eliminan dos ítems de menos peso en cada factor, quedando en 18 reactivos usados por (Allen y Meyer, 1996; Meyer y Allen, 1997; Meyer, Stanley, Herscovitch, y Topolnysky, 2002; Meyer et. al., 2012).
			Continuidad	Se relaciona con los costos o pérdidas resultantes de dejar el trabajo, como el dejar de tener un sueldo, prestaciones y el perder los esfuerzos puestos en una actividad; de alguna manera la ausencia de alternativas refuerza esta dimensión.	8	
			Normativo	Marca la obligación que el empleado siente por permanecer en la empresa, debido al trato y beneficios que recibe aunado a una asociación con los lineamientos y objetivos.	8	
Schaufeli, Salanova et. al.	2002	UWES	Vigor	Se refiere a la fuerza física que aplica el individuo en su trabajo y la situación actual de salud.	6	Existen variadas versiones de 17, 15 y 9 ítems de acuerdo al enfoque que se desee estudiar. Ha sido probada por Cuesta (2015) en Cuba; (Mañas, et. al., 2016; Schaufeli, Martínez et. al., 2002) en España; Portugal y Países bajos; Soane (2012) en Reino Unido.
			Dedicación	Se basa en el entusiasmo y satisfacción que le produce el trabajo a un individuo.	5	
			Absorción	Implicación del esfuerzo mental y deseo de pasar más tiempo en las actividades de la empresa.	6	
Soane, et al.	2012	ISA	Compromiso intelectual	Absorción intelectual en el trabajo y el pensar en formas de mejorar el trabajo.	3	Este modelo fue propuesto a la ONU en 2012, para una medida estandarizada del compromiso de los trabajadores.
			Compromiso social	Reconocimiento de la exigencia de los empleados a trabajar de manera colectiva. Donde el logro de objetivos es a través de la conducta motivada, por lo que se asocia con el afecto positivo.	3	
			Compromiso afectivo	Reconocimiento de la exigencia de los empleados a trabajar de manera colectiva. Donde el logro de objetivos es a través de la conducta motivada, por lo que se asocia con el afecto positivo.	3	

Nota. Elaboración propia.

Responsabilidad laboral

El concepto de responsabilidad en base a la etimología reúne dos palabras: habilidad y respuesta, guiados por la voluntad implícita en todo el proceso desde el deseo de entender la petición, comprensión, aceptación, motivación, ejecución de la tarea y en la respuesta (Planas, 2009); es influenciada por las habilidades innatas y técnicas, el grado de esfuerzo mental, el control sobre los factores externos, capacidad de tomar decisiones y la autonomía propia para actuar en función a sus actividades (Parera y González, 2009); también, se puede ver como el actuar con acciones positivas en favor del otro, en busca del desarrollo humano trascendental (Carbonell, 2016, Eiguer, 2008; Fischman, 2017; Kizel, 2017; Levinas 2005; Martí, Martí, y Puerta, 2011); para que esta dinámica se dé hacia una empresa es necesario un trato y salarios justos, así el empleado sentirá la obligación de retribuir por medio de su esfuerzo (Bentanzos, Andrade y Paz, 2006).

Teorías referidas a la responsabilidad

La responsabilidad ha sido aplicable a diferentes disciplinas al adjudicarle ciertos adjetivos como civil, social, contractual, del docente, entre otras (Zamora, 2008). La responsabilidad como tal “designa la capacidad, y el deber de un sujeto de reconocer y aceptar las consecuencias de sus actos moral, civil y penalmente” (Bravo, 2006, p. 109). Aristóteles consideraba que en la medida que una acción fuera voluntaria, elegida racionalmente se convierte en una acción responsable (Bravo, 2006; Esponda, 2016). Levinas (2005) planteaba la idea que la responsabilidad es infinita y suscita la bondad, hacia el otro. Carbonell (2016)

maneja la responsabilidad como un hecho intransferible, donde no cabe la culpa para alguien más en ninguna escala, hacia los factores y actores exógenos a la misma. Por su parte Hart (2008) y Santiago (2003) clasifican a la responsabilidad, como moral (donde la sociedad reprocha los malos actos), causal (donde se adjudica una responsabilidad a quien ha sido el detonante de una acción), capacidad (responde según su estado de salud, emocional y/o físico); penal (es castigado por el acto cometido), o contractual (debido a sus obligaciones que le confieren su puesto debe responder).

Medición de la responsabilidad del trabajador

Derivado de la búsqueda de una escala de medición de la responsabilidad se encontró la prueba de Fischman (2017) que maneja cuatro dimensiones: asumir retos de crecimiento, afrontar problemas; lealtad y respeto por sí mismo; y ausencia de negatividad, este cuestionario está conformado por 20 preguntas, cinco por cada dimensión; es de carácter psicométrico, y ha sido utilizado en algunas empresas como Coppel, haciendo parte del compendio de exámenes de inducción.

Comportamiento de las tiendas de autoservicio en México

Oliveros (2015) define al autoservicio como el formato predilecto, en las cuales el cliente asume todas las fases de la compra: búsqueda, comparación y selección en productos desde perecederos hasta línea blanca (Bravo y Parada, 2016; López, Segovia, García y Beade, 2013); sus dimensiones varían entre 501 y mas de 10,000 m², y su plantilla oscila entre 50 y más de 300 empleados, incluye supermercados, hipermercados, mega mercados bodegas y clubes de membresía.

De acuerdo con León (2007). “Piggli Wiggly” fue el primer autoservicio abierto en donde se vendían productos refrigerados y se usaba la publicidad de marcas en Memphis, Tennessee, por Clarence Saunders en 1916.

En 1930 que se reconoce el nombre de autoservicio en Jamaica, Nueva York (León, 2007); en México la primera tienda de autoservicio abrió en 1958, dando un giro en torno a este nuevo concepto (López, Segovia, García, y Beade, 2013).

En 1970 se abre la primer tienda del formato estudiado en Xalapa, Veracruz; pero fue hasta los años 80´y 90´ que se dieron las condiciones tanto económicas, políticas, de infraestructura y sociales, para que los supermercados se expandieran con dinamismo (López, et al, 2013). En 2012 había 3,686 tiendas de autoservicio concentradas en el norte y centro del país en un 70%. Los mexicanos gastaban en promedio 66.7% de sus ingresos en este formato (López, et al., 2013). Hoy en día de acuerdo a datos de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y departamentales (ANTAD, 2017) hay 5,410 tiendas de autoservicio, que emplean a 4,032,000 personas, logrando ventas de \$1,027,600,000, que representa un 3.4% del PIB nacional; de las cuales 2344 tiendas son del grupo comercial objeto de estudio, dada la importancia que han tenido las tiendas de autoservicio en el sector comercio en la economía mexicana y generación de empleos es necesario estudiar el compromiso laboral y responsabilidad para seguir generando más productividad y rentabilidad en las empresas.

Método

Tipo de Investigación.

Será una investigación de tipo correlacional ya que se ocuparán estimaciones estadísticas para describir y medir el grado de asociación entre las variables de compromiso y responsabilidad (Creswell, 2003; Hernández, Fernández y Batista, 2014).

Enfoque de investigación

Será una investigación mixta, con un método deductivo en la revisión bibliográfica y un método secuencial explicativo para el análisis de resultados (Creswell, 2003).

Diseño de investigación.

Será un estudio no experimental, debido a que no se ejerce ninguna influencia sobre los participantes, ni en el ambiente de trabajo, y transversal, porque la aplicación de los instrumentos será en un solo momento (Hernández, Fernández y Batista, 2014).

Técnicas de Investigación.

Se utilizará una encuesta a empleados elaborada en base con la teoría de Allen y Meyer (1996) traducido por Arciniega y González (2006) de 18 reactivos para compromiso con las dimensiones: afectivo, normativo y continuidad y 15 reactivos para responsabilidad con base a la adecuación del cuestionario de Fischman (2017), de la encuesta UWES, Q12, con las dimensiones de asumir retos de crecimiento, afrontar problemas y ejecución de tareas. También se realizarán entrevistas semiestructuradas a gerentes.

Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación

Para la validez de contenido de la encuesta se considera a dos personas expertas en la materia, y un análisis factorial bajo el método Varimax con su respectivo índice de KMO y prueba de esfericidad de Bartlett; para la fiabilidad del constructo se elaboraran prueba piloto y se considerarán los resultados del alfa Cronbach.

Para la fiabilidad de los resultados de la entrevista semiestructurada, se considera medir por medio del acuerdo Inter jueces con el coeficiente Kappa de Cohen.

Determinación de la población.

La población es 1,415 empleados en las 8 tiendas de autoservicio de un determinado formato ubicadas en el municipio de Centro, Tabasco. La muestra se determina de con la fórmula de muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95%, margen de error del 4% y heterogeneidad del 50%; será de 422 empleados, las entrevistas serán realizadas a ochos gerentes.

Análisis de Datos

Los métodos por emplearse serán el estadístico para el análisis de las encuestas y análisis síntesis para las entrevistas. El procesamiento de la información de la encuesta se realizará con el programa estadístico IBM SPSS Statistics 24.

Presentación de los resultados.

La presentación de resultados se organizará en una serie de tablas con orden lógico, y con una descripción analítica de estos, de igual forma los resultados y las acciones de mejora serán presentadas a los directivos de las empresas estudiadas.

Resultados que se esperan obtener en la investigación

Se considera en base con la información recolectada medir el compromiso y su correlación con la responsabilidad de manera cuantificable así como definir acciones que logren mejorar dichos índices por medios de una creación de liderazgo de apoyo, de instauración de valores, comunicación asertiva, y retroalimentación de la cultura organizacional; desplegando estrategias proclives a la generación de satisfacción en los empleados, reconstruyendo un mejor clima organizacional; y este sentido de compromiso y responsabilidad que buscamos, renacerá junto con una nueva visión hacia el beneficio de la organización en toda su estructura (empleados, procesos, innovación, rentabilidad), haciendo que los índices de rotación disminuyan en forma considerable; potencializando las funciones del capital humano en cada tienda de autoservicio.

Lista de referencias

- Affum-Osei, E., Acquah, E., y Acheampong, P. (2015). Relationship between Organizational Commitment and Demographic Variables: Evidence from a Commercial Bank in Ghana. *American Journal of Industrial and Business Management*, 5 (12), 769-778. doi: 10.4236/ajibm.2015.512074
- Aira, M. (2016). Las instituciones y su incidencia en el comportamiento organizacional. *Negotium*, 11 (33), 99-11. Recuperado de <http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=78245566005>
- Allen, N. J. y Meyer, J. P. (1996). Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: An Examination of Construct Validity. *Journal of vocational behavior*, 49 (43), 252-276. doi: 10.1006/jvbe.1996.0043
- ANTAD, Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales. (2017). *INDICATAD*. Recuperado de <https://online.flippingbook.com/view/476393/30/>
- Arciniega, L. M., y González, L. (2006). What is the influence of work values relative to other variables in the development of organizational commitment. *Revista de Psicología Social*, 2 (11), 35-50. doi: 10.1174/021347406775322269

- Arias, F., Varela, D., Loli, A., y Quintana, M. (2003). El compromiso organizacional y su relación con algunos factores demográficos y psicológicos. *Revista de Investigación en Psicología*, 6 (2), 13-25. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/353106227/5147-21565-1-PB-pdf>
- Becker, H. S. (1960). Notes on the concept of commitment. *The American Journal of Sociology*, 66 (1), 32-40. Recuperado de <https://strategietcetera.files.wordpress.com/2011/09/becker-notes-on-the-concept-of-commitment.pdf>
- Bentanzos, N., Andrade, P., y Paz, F. (2006). Compromiso organizacional en un amuestra de trabajadores mexicanos. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22 (1), 25-43. ISSN 1576-59623. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/2313/231317045002/>
- Bravo, F. (2006). Teoría aristotélica de la responsabilidad. *Estudios de Filosofía*, (34), 109-132. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=379846139007>
- Bravo, L. A., y Parada, N. E. (2016). *Política educativa, procesos institucionales y gestión*. (Tesis de maestría, Universidad Pedagógica Nacional, México). Recuperado de <http://200.23.113.51/pdf/26036.pdf>
- Carbonell, C. (2016). Autodeterminación y responsabilidad intransferible en orígenes de Alejandría. Una consideración filosófica. *Anuario Filosófico*, 49 (2), 277-298. doi: 10.15581/009.49.2.277-298
- Córdoba, C. E. (2006). *Compromiso organizacional en empleados contratados por empresas de trabajo temporal*. (Tesis de Maestría, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela). Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ4704.PDF>
- Creswell, J. W. (2003). A framework for design. *Research design qualitative, quantitative, an mixed methods approaches*. (pp. 1-26). USA: Sage Publications.
- Cuesta, A. (2015). Gestión de recursos humanos en la empresa, desempeño y sentido de compromiso. *Revista Brasileña de Gestión de Negocios*. En Gama, J. M. (ed). 17 (56), 134-1148. doi: 10.7819/rbgn.v17i56.1736
- Eiguer, A. (2008). La dimensión transgeracional de la responsabilidad. *Psicoanálisis*. 30 (1), 51-61.
- Elizur, D. (1996). Los valores de trabajo y compromiso. *Revista Internacional de mano de obra*, 17 (39), 25-30. doi: 10.1108/01437729610119496
- Fischman, D. (2017). Responsabilidad. En B. Miró (Ed.), *El espejo del líder* (pp. 69-88). Perú: El Comercio.
- García, J., Sánchez, I., Pérez, M. J. (2014). Compromiso y flexibilidad en las organizaciones innovadores. *Revista de Ciencias Administrativas y*

- Sociales, 24, 7-32. Recuperada de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=818332549002>
- Grupo Comercial Chedraui. (2017). *Informe anual 2016*. Recuperado de: https://www.bmv.com.mx/docs-pub/infoanua/infoanua_747297_2016_1.pdf
- Grupo Comercial Chedraui. (2018). *Informe anual 2017*. Recuperado de: https://www.bmv.com.mx/docs-pub/visor/visorXbrl.html?docins=../anexon/anexon_828493_2017_1.zip#/visorXbrl
- Hart, H. L. (1961). *El concepto de derecho*. (Trad. G. Carrió). En P. Abeledo (Eds). Recuperado de: <https://books.google.com.mx/books?id=wgQfPwAACAAJ>
- Harter, J. K., Schmidt, F. L., Agrawal, S., Plowman, S. K., y Blue, A. (2016). *The Relationship Between Engagement at Work and Organizational Outcomes*. (9a ed.) [Gallup inc.] Recuperado de http://www.workcompprofessionals.com/advisory/2016L5/august/MetaAnalysis_Q12_ResearchPaper_0416_v5_sz.pdf
- Hernández, J. J. (2009). ¿Identidad y acción colectiva Walmart?: condiciones de factibilidad. Iztapalapa. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*. 30 (66). 81-96. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/393/39348723006.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014) Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencia. *Metodología de la investigación*. (pp.)México: Mac Graw Hill.
- INEGI, Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2016). *Encuesta de bienestar subjetivo*. Recuperado de <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/investigacion/bienestar/piloto/>
- INEGI, Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2017). *Indicadores de ocupación y empleo al segundo trimestre de 2017*. Recuperado de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=25433&t=1>
- Ivtzan, I., Sorensen, E., y Halonen, S. (2013). The effect of occupational meaningfulness on occupational commitment. *International Journal psychological Research*, 6 (22), 15-23. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=299029768003>
- Jiménez, J. C. (2010). *El valor de los valores en las organizaciones*. (3a ed.) Venezuela: Cograf. Recuperado de <http://www.libroscograf.com/valores/losvalores/elvalordelosvalores.pdf>
- Juaneda, E. y González, M. L. (junio, 2007). *Definición, antecedentes y consecuencias del compromiso organizativo*. En J. C. Ayala (ed.). Trabajo presentado en la Conferencia Localización: Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro. ISBN 84-690-3573-8. Recuperado de

- file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-DefinicionAntecedentesYConsecuenciasDelCompromisoO-2234965.pdf
- Kizel, A. (2017). Philosophic Communities of Inquiry: The Search for and Finding of Meaning as the Basis for Developing a Sense of Responsibility. *Childhood and Philosophy*, 13 (26), 87-103. doi: 10.12957/childphilo.2017.26650
- Larentis, F., Antonello, C., Slongo, L. (2018). Cultura organizacional y marketing de relacionamiento: una perspectiva interorganizacional. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 20 (1). doi: org/10.7819/rbgn.v20i1.3688
- Lee, K., Allen, N. J., Meyer, J. P., y Rhee, K. (2001). The Three-Component Model of Organisational Commitment: An Application to South Korea. *Revista Applied Psychology*, 50 (4), 596-614. doi: 10.1111/1464-0597.00075
- León, O. (2007). Las tiendas de autoservicio a la pugna por el mercado. *Comercio exterior*. 57 (12), 1046-1057. Recuperado de <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/110/6/RCE6.pdf>
- Levinas, E. (2005). Humanismo y anarquía. (Trad. D. Guillot). En R. Ehvenberg (Ed.), *Humanismo del otro hombre*. (5ª ed., pp. 84-111). D.F., México: Siglo XXI Editores. Recuperado de http://www.lecturasinegoismo.com/2013/10/humanismo-del-otro-hombre-emmanuel_6934.html
- Littlewood, H. F. (2003) Metaanálisis del apoyo organizacional percibido y compromiso organizacional en organizaciones mexicanas *Revista internacional de psicología organizacional*. 22 (2), 45-56 Recuperado de <http://revista.cinzel.com.co/index.php/RPO/article/view/46/46%7D>
- López, P., Segovia, A., García, C. y Beade, A. (2013). El sector de tiendas departamentales y de autoservicio en México. *Procuraduría Federal del Consumidor*. Recuperado de https://www.profeco.gob.mx/encuesta-brujula/bruj_2013/bol244_tiendas_autoservicio.asp
- Lou, A. y Cuba, E. (2007). Estima y compromiso organizacional en trabajadores de una Universidad pública de Provincias. *Revista de investigación de Psicología*. 10 (1). 103-108. doi: 10.15381/rinvp.v10i1.3910
- Lupercio, R., Carlos, C., y González, Y. (2007). Relación entre dos posibles antecedentes del desempeño de los empleados: desarrollo moral y compromiso organizacional. *Conciencia Tecnológica*, (34), 21-25. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94403405>
- Maillet, L. (1984). Cuestionario de compromiso de Mowday, Steers y Porter (1979) en comparación con la escala de compromiso de Cook y Wall (1980). *Psychological Reports*, 55 (1), 308. doi: 10.2466/pr0.1984.55.1.308
- Marsollier, R., y Expósito, D. (2017). Los valores y Compromiso Laboral en el empleo público. *Revista empresa y humanismo*, 20(2), 29-50. doi: 10.15581/015.XX.2.29-50

- Mathieu, J. E., y Zajac, D. (1990) A Review and Meta-Analysis of the Antecedents, Correlates and Consequences of Organizational Commitment. *Psychological Bulletin*, 108, 171-194. doi: 10.1037/0033-2909.108.2.171.
- Matos, M. C. y Moreno, S. (2004). *Compromiso organizacional de los trabajadores de empresas con trabajo temporal con la empresa usuaria*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Andrés Bello). Recuperado de <http://biblioteca2.uc>
- Martí, J. J., Martí, M. y Puerta, I. (2011). Hacia un modelo de neuroresponsabilidad: una perspectiva de la responsabilidad social desde el desarrollo humano. *International Journal of Psychological*, 4 (1), 24-28.
- Mehech, C., Cordero, A., Gómez, T. (2016). *Medición del compromiso laboral y su impacto en los resultados de la empresa*. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/139537/Medici%C3%B3n%20del%20compromiso%20laboral%20y%20su.pdf?sequence=1>
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1984). Testing the "side-bet theory" of organizational commitment: Some methodological considerations. *Journal of Applied Psychology*, 69(3), 372-378. doi:10.1037/0021-9010.69.3.372
- Meyer, J. P. y Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organization commitment. *Human Resource Management Review*, 1, 61-89. Recuperado de <file:///C:/Users/user/Downloads/400c5edfcd96289.pdf>
- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Jackson, T. A., McInnis, K. J., Maltin, E. R., y Sheppard, L. (2012). Affective, normative, and continuance commitment levels across cultures: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 80 (2), 225- 245. doi: 10.1016/j.jvb.2011.09.005
- Montoya, E. M. (2014). Validación de la escala de compromiso organizacional. (Tesis de Maestría, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú). Recuperado de <http://hdl.handle.net/10757/581494>
- Moreno, C. M., y Del Cerro, S. (2009). *Valores empresariales: de la teoría a la práctica, un primer estudio*. Recuperado de <http://www.url.edu/ethos/wp-content/uploads/2012/11/VALORES-EMPRESARIALES.pdf>
- Mowday, R. T., Steers, R. M., Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14 (2), 224-247. doi: 10.1016/0001-8791(79)90072-1
- O'Donnell, K. (2007). *Valores humanos en la empresa*. España: Lid Editorial Empresarial. En H. López, M. Rodríguez, F. Pérez (trad). Recuperado de <https://books.google.com.mx/books>
- Oliveros, B. (2015). Coexistencia de los formatos tradicional y autoservicio en el comercio al detal. *Negotium*, 10 (30), 108-122. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78238677007>

- Parera, I. y González, A. (2009) Método para la evaluación del grado de responsabilidad y complejidad de los puestos. *Revista Transporte, Desarrollo y Medio Ambiente*, 29 (1), 22-27.
- Planas, E. (2009). *Valores en la empresa*. (1ª ed.) México: Editorial Trillas. ISBN 139789682461712
- Pons, F. J. (2009). *Variables psicológicas y organizacionales relacionadas con la conducta de innovación en las organizaciones* (Tesis doctoral). De la base de datos ProQuest Dissertations and Theses (UMI No. U603037)
- Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T. y Boulian, P. V. (1974). Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Turnover among Psychiatric Technicians. *Journal of Applied Psychology*, 59, 603-609. doi: 10.1037/h0037335
- Rapp, C. (2008). Voluntariedad, decisión y responsabilidad. (Trad. J. Acosta). *Estud.filos*, (38), 221-243. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/ef/n38/n38a10.pdf>
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23ª ed.). Recuperado de <http://dle.rae.es/?w=diccionario>
- Restrepo, J. C. (2014). Prospectivas éticas en el horizonte de la responsabilidad: alcances de la sugestiva visión de Hans Jonas. *Revista Lasallista de Investigación*, 11 (1), 86-96. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69531554011>
- Reyitoso, C. (2010). *La responsabilidad laboral de los servidores públicos*. Recuperado de <https://www.azc.uam.mx/publicaciones/alegatos/pdfs/31/34-15.pdf>
- Ruiz, P. (2008). *Modelo explicativo que influyen en el comportamiento ético/no ético del empleado y su relación con la generación de valor*. (Tesis de maestría, Universidad de Castilla, España). Recuperado de http://orion2020.org/archivo/investigacion/Ej_Protocolos/EjProtocolo_05.pdf
- Santiago, C. (2003). Conceptos básicos del derecho. *Introducción al análisis del derecho* (pp. 165-237) Buenos Aires: Editorial Astrea. Recuperado de: file:///C:/Users/user/Downloads/INTRODUCCION_AL_ANALISIS_DEL_DER ECHO_-_CARLOS_SANTIAGO_NINO.pdf
- Santos, F., Guillen, C., y Montealban, F. M. (2012). Contrato de trabajo, compromiso y satisfacción: moderación de la empleabilidad. *Revista de Administración de Empresas*, 52 (3), 345-359. doi: 10.1590/S0034-75902012000300006
- Saqib, S., Abrar, M., Muhammad, H. , Bashir, M., y Ahmad, S. (2015). Impact of Tangible and Intangible Rewards on Organizational Commitment: Evidence from the Textile Sector of Pakistan. *American Journal of Industrial and Business Management*, 5 (3), 138-147. doi: 10.4236/ajibm.2015.53015.

- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González, V., y Bakker, A. (2002). The Measurement of Engagement and Burnout: A Two Sample Confirmatory Factor Analytic Approach. *Journal of Happiness Studies* 3(1), 71-92. doi: 10.1023/A:1015630930326
- Segredo, A. (2016). Aproximación teórica a la evolución, teorías, enfoques y características que han sustentado el desarrollo de las organizaciones. *Revista Cubana de Salud Pública*. 42 (4). Recuperada de <http://scielo.sld.cu>
- Selman, J. (2013). *Liderazgo*. Argentina: Person Pretice Hall. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/194701351/Liderazgo-1ed-Jim-Selman>
- Soane, E., Truss, C., Alfes, K., Shantz, A., Rees, Ch., y Gatenbytt, M. (2012). Development and application of a new measure of employee engagement: the ISA engagement scale. *Human Resource Development International*, 15 (5), 529-547. doi: 10.1080/13678868.2012.726542
- Steers, R. M. (1977). Antecedents and Outcomes of Organisational Commitment. *Administrative Science Quarterly*, 22, 46-56. doi:10.2307/2391745
- Tejada, J., y Arias, F. (2005). Prácticas organizacionales y el compromiso de los trabajadores hacia la organización. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 10 (2), 295-309. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29210206>
- Uribe, J. F., Patlán, J., y García, A. (2015). Manifestaciones psicósomáticas, compromiso y burnout como consecuentes del clima y la cultura organizacional: un análisis de ruta (path analysis). *Revista de Contaduría y Administración*, 60 (2), 447-467. doi: 10.1016/S0186-1042(15)30009-7
- Valenzuela, R. (2017). *ANTAD, proyecciones 2017 para tiendas de autoservicio y departamentales*. [Storecheck.com] Recuperado de https://cdn2.hubspot.net/hubfs/452033/descargables/ANTAD_Proyecciones_2017_Febrero.pdf?t=1488302678895
- Vázquez, O. (2013). Estudio de la satisfacción laboral de los empleados de "Operadora Empresarial IZVA S.A. de C.V". (Tesis de maestría, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México)
- Venegas, M. (2009). Poder y valor del compromiso en la arquitectura de la ética organizacional. *Revista Multiciencias*, 9 (1), 54-61. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/904/90411683008/index.html>
- Villafañe, J. (2017). Claves empíricas de la satisfacción y del compromiso del talento en las organizaciones. *El profesional de la información*, 26 (6), 1159-1170. doi: 10.3145/epi.2017.nov.15

Anexo 1.- Programa de trabajo.

Mes y año de inicio: <u>Noviembre de 2017.</u>		Mes y año de término: <u>Noviembre de 2018</u>																
		2017			2018													
Componente/ Actividades	Especificaciones	Tiempo estimado																
		Fecha de Inicio	Fecha de término	Duración en semanas	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	
					Semana I	Semana II	Semana III	Semana IV	Semana I	Semana II	Semana III	Semana IV	Semana I	Semana II	Semana III	Semana IV	Semana I	
Protocolo de investigación	Cumplir con los lineamientos y formatos requeridos	2/11/17	30/04/18	24														
1.- Detección de un problema	Delimitar	2/11/17	17/11/17	2														
2.- Redacción del título	Integrar el objetivo de la investigación	13/11/17	24/11/17	2														
3.- Esquema del proyecto de investigación	Lo más real posible	13/11/17	24/11/17	2														
4.- Objetivo de investigación	Según SMART	20/11/17	8/12/17	3														
5.- Justificación e importancia	Necesidad que se resuelve	20/11/17	8/12/17	3														
6.- Revisión bibliográfica	Preferentemente publicaciones científicas.	19/11/17	12/10/18	18														
7.- Planteamiento del problema	Claro y objetivo	20/11/17	8/12/17	3														
8.- Hipótesis	Congruente con el objetivo y problema	20/11/17	8/12/17	3														
9.- Elaboración de introducción	Explicación precisa y concisa	1/12/17	22/12/17	3														
10.- Marco teórico	Método deductivo	11/12/17	12/10/18	41														
11.- Entrega y aceptación de protocolo	Presentación	23/03/18	27/04/18	5														
Instrumentos de investigación	Cuestionario y entrevista	19/03/18	31/08/18	22														
12.- Elaboración de instrumentos	Sustento teórico	19/03/18	13/04/18	4														
13.- Pruebas de instrumentos	Fiabilidad y validez en SPSS	16/04/18	18/05/18	5														
14.- Recolección de datos	En 8 tiendas de autoservicio, tres visitas por tienda.	21/05/18	29/06/18	6														
15.- Procesamiento de datos	En SPSS	25/06/18	27/07/18	5														
16.- Análisis de datos	Estadístico y síntesis	30/07/18	31/08/18	4														
Reporte de avances	Integral	03/09/18	16/11/18	11														
17.- Presentación del avance	Fortaleciendo marco teórico	03/09/18	07/09/18	1														
18.- Redacción del borrador del Trabajo Final	Explicar resultados, discusión, conclusion y recomendaciones.	10/09/18	28/09/18	3														
19.- Revisión del borrador	Evaluación objetiva	01/10/18	12/10/18	2														
20.- Corrección del borrador	Según observaciones	15/10/18	16/11/18	5														
Entrega del trabajo final		19/11/18	23/11/18	1														
					Actividades cumplidas			Actividades por cumplir										

Nota. Estos cálculos se remiten a un horario mínimo de 3 horas y máximo de 5 horas diarias para llevar acabo las actividades señaladas, no se incluyen días festivos, ni sábados y domingos.

Organizaciones institucionalizadas y cambio social. ALTEPETL, estudio de caso

Modalidad: Protocolo de Investigación

Luis Miguel Encastin Santos

Universidad Autónoma Metropolitana

San Rafael Atlixco No. 186, Col. Vicentina, Iztapalapa, CP. 09340, Ciudad de México

Organizaciones institucionalizadas y cambio social. ALTEPETL, estudio de caso

Resumen

Se analiza la relevancia de las organizaciones de la sociedad civil (OSC) en el ámbito del desarrollo, su papel en la transformación de la realidad social, la satisfacción de necesidades y como medio de representación de intereses múltiples, en México, esta relevancia es resultado de las luchas por la garantía a los derechos humanos y un producto de la intrincada transición política del Estado benefactor al Estado neoliberal.

Las OSC, al contener formas diversas de organización y actuación y múltiples, se requiere de una disciplina que pueda hacer frente a los diferentes niveles de análisis que pueden encontrarse en una organización, los Estudios Organizacionales (EO), desde una pluralidad metodológica, pueden ir conformando una visión más o menos integral de la organización como objeto de estudio. En ese sentido, la propuesta teórico/metodológica, por la que se optó, para analizar a la organización Altepelt, como estudio de caso, ha sido el nuevo institucionalismo sociológico, propuesto por March y Olsen, al permitir establecer una relación entre las prácticas de la organización y la reproducción de la misma.

Lo que el lector encontrara en las siguientes páginas, es un acercamiento al estudio de la organización Altepelt, un esfuerzo, por reducir los antecedentes de las OSC en México, así como una discusión de la relevancia del estudio de este tipo de organizaciones en los EO, se expone la pregunta de investigación y la hipótesis que enmarca la selección del paradigma de investigación y que fungirán como hilo conductor en el desarrollo de la investigación.

Palabras clave

Organizaciones de la sociedad civil, transición política, institucionalización, reglas, atención organizacional, reproducción organizacional.

Contexto general

Las organizaciones de la sociedad civil, han sido valoradas como el espacio intermedio entre el Estado y el Mercado, como un espacio para la representación de voluntades múltiples y de acción frente a las lógicas del Estado y el mercado. Si bien, su origen es de larga data, en México, adquieren mayor relevancia luego de la transición política del Estado benefactor, en el que este se considera como un “instrumento racionalizador, único, capaz de organizar a la nación y de hacerla progresar, el único apto, pues, para llevar a cabo la superación de un “atraso” ancestral y lograr la modernización del país” (Revueltas, 1993: 218), a un Estado neoliberal, en el que se concibe al mercado como el único que “tendría la capacidad para satisfacer las necesidades de familias e individuos y que, por tanto la protección social debiera dirigirse a aquellos casos con limitaciones objetivas para incorporarse al mercado, previa demostración de la necesidad de recibir apoyos” (Esping – Andersen 1999 citado en Canto, 2015: 61).

Esta transición, además, se ve enmarcada en una constante pugna por la defensa de los derechos humanos y la exigencia de la satisfacción de las necesidades de la población, ello por parte de la sociedad civil. En lo que respecta a las organizaciones de la iniciativa privada, pugnaban por la liberación de la determinación que el Estado había impuesto sobre su producción y la relación que dichas organizaciones guardaban con sus integrantes.

Este proceso, además, estaría enmarcado en una constante represión gubernamental a los movimientos sociales, el control político mediante el charrismo sindical, la conformación del corporativismo de Estado, el rechazo a

determinaciones como la nacionalización de la banca, en respuesta al sobre endeudamiento del gobierno nacional, resultado de la mala gestión gubernamental y la crisis económica que condujo a asumir las políticas económicas recomendadas por organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo; a principios de los noventa, el Banco Mundial, reconoce que: “el ajuste estructural impuesto a la mayoría de los países en desarrollo está teniendo consecuencias negativas sobre la población como una creciente pauperización y la consecuente inestabilidad social provocada por la aplicación de las políticas económicas y financieras del FMI y del BM (De León 2015: Es en este sentido que las organizaciones de la sociedad civil adquieren preeminencia, ya que el resultado de esta presión bilateral (de la sociedad civil y la iniciativa privada) es la cada vez menor exposición gubernamental a las demandas de la sociedad, un escenario en el cual la participación ciudadana y la corresponsabilidad, son parte del contenido discursivo del desarrollo. En términos muy generales (por falta de espacio), es así que se comparte la responsabilidad de gobernar con diferentes niveles y sectores de la sociedad, es decir se da espacio a una pluralidad de voces que necesitan ser escuchadas a fin de “gobernar mejor”, se convierte en una forma de dar solución a las múltiples demandas sociales, involucrando actores que usualmente no eran considerados.

Caracterizadas por contener y expresar las demandas de poblaciones, las organizaciones de la sociedad civil, al tener conocimiento de primera mano, por moverse en el terreno, sobre las necesidades de dichas colectividades, resultaron ser un aliado estratégico en la satisfacción de dichas demandas, en un proceso en

el que estas se convierten en un vehículo para las demandas sociales y la solución de estas.

Por esta misma razón, el mercado buscara fortalecer a la sociedad civil como medio de compensación para aquellos que han sido olvidados por el desarrollo, ya que conservan la ventaja de “tener mejores conocimientos sobre el terreno, las corporaciones transnacionales necesitan contar también con las organizaciones de la sociedad civil” (Romero y Ramiro 2012:16).

De esta manera la sociedad civil, en su forma organizativa, tiene la capacidad de contener y representar formas de vida e intereses heterogéneos, “conforman pequeños espacios institucionalizados donde se ensayan modos alternativos de participación, *al del estado o el mercado*, (las cursivas son mías), y donde se experimentan formas de relación con el espacio público político por medio de diversas acciones, definidas a partir de sus fines y propósitos” (Pérez, 2014:200). Por lo tanto las OSC, adquieren gran relevancia para el desarrollo de comunidades y poblaciones, se convierten en un medio de participación y representación de una multiplicidad de intereses particulares, siendo capaces de crear medios y estrategias para representarse a sí mismas y a otras personas o grupos.

Sobre las organizaciones de la sociedad civil y su relevancia en los Estudios Organizacionales.

La sociedad civil no es una entidad homogénea, de hecho se integra por una multiplicidad de intereses y acciones individuales y colectivas que mediante

mecanismos de interacción establece relaciones el Estado y el mercado, para la resolución de problemas e implementación de agendas específicos.

Para los efectos de este documento, la sociedad civil, se entenderá como:

“un espacio de la vida social organizada y se genera de manera voluntaria, tiene una alta independencia de la esfera pública, es decir, con autonomía con respecto al sistema político y en el ámbito teórico es útil para dar cuenta de grupos y organizaciones que se conglomeran en intereses, objetivos que exigen, denuncian o protegen espacios que el gobierno o grupos económicos no han atendido, en suma, se trata de una estructura que trata de abstraer la complejidad social y que aduce a un replanteamiento de lo público” (León, 2010, p. 46).

La sociedad civil se configura en diversos tipos de organizaciones, en las que destacan “la solidaridad, el compromiso, la cooperación voluntaria, la responsabilidad por el otro como principios que caracterizan a las organizaciones de lucro, en tanto mecanismos de asignación de valores; es diferente del mercado, que se basa en la competencia; y el Estado fundado en el poder coercitivo” (Pérez, 2014: 199).

Como se ha dicho, la sociedad civil contiene diversos tipos de organizaciones, que buscan la trascendencia de sus intereses, por lo tanto uno de los objetivos es “trasformar dichos intereses y necesidades en derechos; en derechos establecidos por el poder político” (Ibarra, 2005: 80), justo en esta búsqueda de la transformación de necesidades en derechos, es que algunos movimientos sociales tienden a superar al movimiento social y es así que se institucionalizan de acuerdo a la normatividad política del sistema, es decir se valen de “la existencia de una plataforma institucional que establezca la sociedad civil como una esfera de interacción autónoma tanto frente al Estado como ante el mercado” (Peruzzotti, 2002:79).

Es necesario diferenciar los distintos tipos de organizaciones que integran a la sociedad civil. Algunos conceptos que son usados comúnmente para referirse a las organizaciones contenidas en la sociedad civil, una de ellas es; organización no gubernamental (ONG): son organizaciones que “pretenden representar los intereses, quebrar los agravios, de individuos que no están en la ONG. Sus objetivos son en este aspecto públicos, situados más allá de los privados intereses de sus componentes” (Ibarra, 2005: 80), son organizaciones que promueven y defienden los derechos humanos, educación ciudadana y defensa del voto.

Canto (2015) destaca otras dos formas de organización; Organizaciones civiles del tercer sector y organizaciones civiles, las primeras aluden a aquellas organizaciones de carácter filantrópico asistencialista, que enfatiza la caridad de la iniciativa privada, ya que es frecuente que su origen sea precisamente la iniciativa privada.

Las organizaciones civiles, “tienen como pretensión crear capacidades que conviertan a sus destinatarios en sujetos sociales, es decir: ubican su actuación en el desarrollo social como un mecanismo para generar capacidades organizativas en los sectores populares que les permitan entrar en el juego del intercambio político.” (Canto, 2015: 66)

Una descripción extensa de las OSC es la siguiente:

“... tienen un carácter voluntario a partir de la identificación de espacios o campos específicos de la vida social y el planteamiento de una variedad de objetivos... son autónomas a partir de su relación con otras organizaciones... son flexibles y descentralizadas en lo que respecta a la toma de decisiones y la creación de nuevos productos e insumos. Este tipo de OC (acrónimo de organizaciones civiles usado por el autor), es capaz de responder a los cambios ocurridos en el ambiente, logra la eficiencia en sus estructuras al incorporar la tecnología...Ante este

planteamiento se observa que las OC utilizan los medios virtuales, diversas formas de contratación, honorarios, concurso de proyectos, recurriendo a recursos humanos como son voluntarios y servicios sociales, este tipo de recursos resulta difícil de cuantificar pero da una idea del tipo de redes y vínculos con los que trabajan este tipo de organizaciones” (León, 2010: 81-84)

Tal descripción, puede ser un tanto reduccionista, o idealizada en función de las formas de operación de las organizaciones, no obstante, y por falta de espacio, se ha decidido colocarla al explicar diversos elementos que tienen dichas organizaciones y permite aludir al carácter autónomo de las organizaciones y su accionar específico en un ámbito de la vida social pero con una pluralidad de objetivos, con recursos económicos y humanos de distinta procedencia que requieren armonizar para el logro de sus objetivos. En este sentido, se puede apuntar a que el factor de reproducción y subsistencia de la OC depende del éxito en la representación de intereses múltiples, pero también en la proyección que la organización logre tener para la formación de vínculos y redes organizacionales.

Finalmente, es necesario ubicar a la organización de referencia en el contexto de estas nociones de organización propuestas por Canto (2015), en cierto sentido sería ideal ubicar a las organizaciones en cada una de estas categorizaciones y de este modo identificar sus peculiaridades; lo cierto es que a menudo estas conviven entre los tres tipos de organización propuestas por el autor, en el caso de la organización; Investigación, organización y acción comunitaria ALTEPETL A.C, (en adelante ALTEPETL), se sitúa entre las denominaciones de organización no gubernamental y organización civil, ya que sus actividades transcurren de la educación ciudadana a la creación de sujetos sociales mediante el uso de metodologías reflexivas. Al poseer tales características, su dinámica de trabajo, la adquisición de medios para

la subsistencia, así como su abordaje teórico se complejiza, ya que al tener actividades diversas en ámbitos y entornos sociales disímiles, dicha organización tiene que partir de un modo de trabajo específico, una metodología, la cual se flexibiliza de acuerdo a la realidad social en la que trabaja, que no limita su marco de acción, pero que si orienta el quehacer de sus integrantes.

La organización busca mantener la perspectiva crítica de las actividades y programas gubernamentales y de la iniciativa privada, en aras de no vulnerar su autonomía respecto a estas, lo que la lleva a prescindir de algunas cooperaciones, sin duda, esta determinación vulnera a la organización en cuanto a la obtención de recursos, sobre todo económicos, para su funcionamiento aun así, el posicionamiento y reconocimiento entre actores gubernamentales, otras organizaciones civiles, así como diferentes actores sociales, la convierten en un fenómeno entre dichas organizaciones, pues de manera constante se involucra en procesos de intervención comunitaria y de formación y sensibilización de ciudadanos en el ejercicio y promoción de los derechos humanos, sociales y culturales desde la metodología de la educación popular, estos procesos son los que le retribuyen reconocimiento e interés de otras organizaciones por coadyuvar a las actividades de ALTEPETL, incluso mediante el financiamiento, en este sentido se apunta a que la capacidad de subsistencia y operación de la organización deviene de sus procesos de intervención y formativos, los cuales a su vez se relacionan directamente de la metodología que emplea.

¿Por qué es relevante el estudio de las OSC en los Estudios Organizacionales? Una de las características de los Estudios Organizacionales (EO), es que surgen, durante

la década de los 80, como una forma de cuestionar los alcances y naturaleza de la Teoría de la organización que se fundamentaba principalmente, de acuerdo con Barba (2013), en la razón instrumental y la eficiencia buscada por dichos planteamientos teóricos, así como por el uso del método cuantitativo para el análisis de los sucesos investigados.

Por otro lado, desde los EO se propone entender a las organizaciones de manera relativamente distinta, un objeto de estudio multidimensional;

Donde se cruzan lógicas de acción distintas como, por ejemplo, la técnica, la económica, la política, la cultural, la emotiva, en la cual intervienen múltiples actores con intereses propios que hacen del conflicto y del poder ingredientes básicos de su funcionamiento; construida sobre diversas estructuras y representando múltiples proyectos difícilmente disociables del resto de las demás construcciones sociales que conforman la vida cotidiana”(Montaño citado en Barba, 2013: 147).

La metodología cuantitativa, no puede dar cuenta de estas nuevas dimensiones de estudio, los EO, por lo tanto se caracterizaran por privilegiar el uso del método cualitativo sobre el método cuantitativo; por esa misma, naturaleza epistemológica, los EO, pueden dar cuenta de objetos de estudio que no necesariamente privilegian la eficiencia y la racionalidad instrumental, por otro lado, como se ha dicho, las OSC persiguen objetivos múltiples que van más allá de dicha racionalidad, que persiguen otro tipo de objetivos, como el bienestar social o el esparcimiento, en este sentido dicha disciplina y su capacidad para analizar a la organización en distintos niveles, pueden dar cuenta de los procesos que ocurren al interior de dichas organizaciones, la forma en que se organizan las actividades de sus integrantes, con intereses a menudo opuestos, para producir resultados diversos.

En suma, las OSC, sus logros y configuración organizacional, constituyen una unidad de análisis legítima para los EO, ya que su estudio permitirá conocer el proceso de adaptación de las mismas a un entorno en constante cambio, que opera en distintas realidades socioculturales y económicas manteniendo el objetivo social para el cual fue creada. También nos permitirá su entendimiento desde el bagaje teórico de dicha disciplina, al relacionarla con nociones como: acción organizacional, reproducción de la organización, valores, institución y reproducción de estructuras, atención organizacional, etc.

Como se ha expuesto, la racionalidad instrumental, no guía (totalmente) las actividades de este tipo de organizaciones, cuyas peculiaridades, difícilmente se pueden explicar desde la perspectiva de una disciplina administrativa, aspectos como; el simbolismo, la toma de decisiones, la identificación de los actores sociales con la organización y su(s) objetivos, la influencia de la organización sobre otras, requeriría el esfuerzo de otras disciplinas como la antropología, sociología, psicología, economía, política, ello para, mediante el intercambio de ideas y hallazgos, conformar una visión más o menos integral de la organización, sin duda una actividad intelectual y teórica extenuante y un ejercicio ciertamente complejo, pues aunque la unidad de análisis sea la misma, el lente desde el que se le contempla es relativamente distinto, dando por resultado un análisis en el contexto de la organización.

Lo que se requiere entonces es colocar a la organización en el centro de análisis, como un espacio en el que, por sí mismo, se producen eventos, situaciones,

expectativas, identidades, conflictos, valores, formas de pensar, sentirse, entenderse y que se encuentra diferenciada de otras entidades y contextos sociales, pero cuyas particularidades se reflejan al interior de la misma, empero a la vez tiene la posibilidad de transferir, sus características (de la organización) al exterior de estas.

Así se vuelve imprescindible, para el entendimiento de esta unidad de análisis, contar con un enfoque organizacional, en el que lo relevante sea investigar “lo que ocurre dentro de las organizaciones y alrededor de estas, valiéndose del conocimiento generado por una comunidad epistémica construida entorno a la organización/lo organizado como objeto/fenómeno de estudio, donde lo esencial es explicar, describir, conocer, intervenir la organización/ lo organizado o algo, en sí mismo, de ellas” (De la Rosa, 2013: 26). A esa comunidad epistémica la conocemos como estudios organizacionales.

Los EO, por lo tanto permiten una aproximación a los fenómenos organizacionales y su complejidad, su carácter multidisciplinario permite dar cuenta de la organización como objeto de estudio, ya que en su desarrollo teórico se suman los conocimientos de diferentes áreas del conocimiento para integrar el discurso de lo organizacional. Desde una metodología cualitativa se convierten en el campo de conocimiento “caleidoscópico” que “surge de las conversaciones específicamente entre investigadores de diversas disciplinas quienes ayudan a construir términos derivados de los paradigmas, métodos e hipótesis que ellas mismas derivan de esas conversaciones” (Barba, 2013: 147).

Finalmente debo destacar que las OSC, su modo de operar así como el impacto que tiene sobre las personas y comunidades en las que interviene, siempre ha sido de mi interés, ya que pese a la falta de recursos de diferente índole logran llevar a cabo sus actividades mediante la generación de un capital social, la conformación de redes de organizaciones, el traslado (que no imposición) de conocimientos y valores, pero sobre todo la forma en la que se establecen diálogos intersubjetivos a fin de generar conocimientos nuevos.

Obedeciendo a este interés, se realiza una etnografía de la organización estudiada, para ello, la realización del trabajo de campo, así como la revisión de los archivos de la organización serán fundamentales, para entender el efecto que la organización causa, las percepciones que las personas y organizaciones tienen de ella, pero también para abstraer el concepto que los integrantes de la organización tienen de la misma.

En ese sentido la presente investigación se conformará de los siguientes capítulos:

Capítulo 1 Contexto general de las Organizaciones de la sociedad civil en México, dedicado al análisis del surgimiento de las OSC respecto a la transición del Estado benefactor al Estado neoliberal y su institucionalización como actor principal en el ámbito del desarrollo social. Capítulo 2 Estudios organizacionales como pluralidad cognitiva, y el análisis de la OSC; está referido a entender el entender la sociedad civil como un objeto de análisis, que se comprende por múltiples figuras organizativas hasta entender lo que aquí se comprenderá como OSC y a los EO como una disciplina pluricognitiva, que demanda el uso de metodologías plurales, pero sobre todo alienta la comprensión del objeto de estudio desde el punto de vista

de los sujetos y la interacción del investigador con el sujeto y el objeto de estudio. Se pondera el análisis de la organización de referencia desde la propuesta del nuevo institucionalismo sociológico, se recurre a una revisión de conceptos que se ha de contrastar con los datos de la organización encontrados durante el trabajo de campo. Capítulo 3. Investigación y acción comunitaria para la organización social, el caso de Altepetl A.C. Dedicado a describir la estructura de la organización, las actividades que realiza cada uno de sus integrantes y la forma de actuación en los contextos comunitarios respecto al análisis de la realidad y la acción comunitaria como estrategia para el cambio social. Capítulo 4 Intervención y transformación, análisis del trabajo de la organización, versa sobre el vínculo que los integrantes de la organización establecen con la comunidad, la generación de información de manera participativa para la intervención en el contexto comunitario, la acción colectiva para la transformación de la realidad y, finalmente, el efecto que la organización causa sobre la comunidad.

Sobre las bases analíticas.

Las bases teóricas para el estudio de la OSC son diversas para ello se ha de utilizar la literatura propia de la Teoría organizacional y los Estudios Organizacionales:

Sobre la noción de organización Hall (1996), para entender que son las organizaciones y la perspectiva organizacional, los referentes serán Barba y Solís (1991), Ibarra (2000), Mintzberg (1999), Naime (2004) , Allaire y Firsirotu (1992), Barba y Solís (2010).

En el tema del pluralismo cognitivo Miguel Beltrán (1982), Luis Enrique Alonso (1998), en el tema de la construcción social de la realidad Berger y Luckmann (2003), Rendón (2007). En cuanto al nuevo institucionalismo, que será la óptica desde la cual se sustenta esta investigación, DiMaggio y Powell (2001), De la Rosa (2002), sobre la cultura organizacional y el nuevo institucionalismo Rendón (2007). En el tema de las nuevas formas de organización Mazzotti y Solís (2002), Montaña (2000). En el plano de las caracterizaciones de las organizaciones de la sociedad civil como sujeto de estudio, Girardo (2010), sobre los movimientos sociales y la sociedad civil Ibarra (2005). Sobre las OSC y la política pública León (2010), sobre la pobreza y la gubernamentalidad y el desarrollo León (2014), Escobar (2007), sobre la incidencia en la política pública Pineda (2011), políticas sociales Gordon (1995) sobre la democratización Pérez (2014), sobre la caracterización de la sociedad civil Peruzzotti (2001), Ischler (2001).

Si bien la bibliografía es aún muy limitada, permitirá iniciar con la construcción del discurso que se busca expresar en esta investigación, sin duda también será el parteaguas para la búsqueda y selección de más contenido. Por otro lado, también se debe destacar el uso de documentos y archivos generados por la organización.

Un bosquejo de la organización

Investigación, organización y Acción comunitaria, Altepetl AC es una OSC que ha construido la siguiente visión y misión, cabe aclarar que La misión y visión de la

organización fueron obtenidos, en el documento: Reorganización ALTEPETL, que compartió el presidente de la organización a los miembros de la misma, sin embargo, no se encuentra publicada en la página de la organización o algún otro medio de difusión:

Visión: Ser una OSC interdisciplinaria de personas con una visión crítica y comprometidas con el desarrollo comunitario, sustentable y sostenible; Impulsando la participación de diversos actores sociales, en y para, la autogestión, el empoderamiento y reconocimiento pleno de ser sujeto de derechos, a través de la recuperación y el intercambio de saberes, así como el reconocimiento de las necesidades comunitarias y sociales, generando a su vez, la concientización de las problemáticas sociales, así como de la incidencia en política pública.

Misión: Generar procesos de intervención participativos en diversos contextos comunitarios y sociales; cuyos criterios deben sustentarse en la investigación participativa, formación, creación, implementación y evaluación. Construyendo así, un conocimiento y propuestas para la incidencia en políticas públicas desde las perspectivas de género, la interculturalidad, la gobernanza, los derechos humanos, la educación popular y la construcción de paz; desde lo local hacia lo nacional e internacional, y viceversa. Lo que contribuirá en la erradicación de la desigualdad social y a mejorar las condiciones de vida, en el marco de la Agenda de Desarrollo Sostenible 2030.

Dicha organización, está conformada por las siguientes áreas: a) área de procesos autogestivos de intervención social y comunitaria, b) área de metodologías, métodos e instrumentos para la transformación de la Problemática social y de las

desigualdades; 3) área de participación ciudadana para la incidencia en la política pública y el fortalecimiento de la gobernanza y 4) área de Investigación participativa, sistematización e indicadores sociales, además de un área de coordinación, gestión y procuración de fondos a cargo de la presidencia de la organización.

Los objetivos y las áreas estratégicas que interesan a esta investigación son el número 1 y 2, debido a que son las áreas más fortalecidas de la organización y en las que se refleja un mayor grado de institucionalización de las prácticas de la organización, también son las áreas que permiten una mayor vinculación de la organización con comunidades, estudiantes y otras organizaciones para la realización de actividades específicas, es en estas áreas donde la organización mediante metodologías de intervención e incidencia en los procesos comunitarios y políticos logra transferir valores y hacia diversos actores y organizaciones, más adelante se busca comprobar la relación que existe entre el éxito en estas actividades y la supervivencia de la organización.

En ese sentido se parte de la siguiente hipótesis de trabajo:

Para una organización en constante carencia de recursos, el logro de objetivos, el buen desempeño en la implementación de sus metodologías y su consecuente aceptación por parte de diversos actores sociales, son determinantes para la subsistencia de la organización.

La pregunta que guía la presente investigación es la siguiente: **¿Cómo el buen desempeño en la implementación de la metodología de la organización en diferentes contextos sociales influye en la supervivencia de esta?**

Objetivo general

- Analizar la correspondencia que existe entre el buen desempeño en la aplicación de metodologías de la organización, así como la institucionalización de sus prácticas, con la supervivencia y reproducción de la organización.

Objetivos específicos

- Identificar el buen desempeño de la organización desde la perspectiva de sus actores y otros fuera de la organización.
- Realizar una descripción de la organización y las actividades que realiza y los ajustes asociados en su estructura.
- Analizar el éxito o fracaso de las actividades emprendidas y su relación con la auto reproducción de la organización.

Otras preguntas que están asociadas al proceso de investigación son las siguientes:

¿Qué lleva a los integrantes a permanecer en la organización?

¿Cómo se configuran y delimitan los procesos de intervención comunitaria?

¿Cómo el resultado de dichos procesos se emplea en los mecanismos de incidencia en la política pública?

¿Cómo llegan a institucionalizarse las diferentes actividades de la organización?

¿Cómo influye el buen desempeño de la organización en la subsistencia de esta?

Metodología.

Debido a que se trata de describir diversos procesos llevados a cabo por la organización, se recurrirá a la metodología cualitativa, lo que permitirá trabajar con distintos esquemas de obtención de información.

- Documental: Al analizar bibliografía sobre organizaciones de la sociedad civil, los estudios organizacionales, transferencia cultural y de valores, pero también los documentos que ha generado la organización como son evaluaciones participativas, sistematización de actividades participativas, testimonios, acta constitutiva y la planeación estratégica de la organización.
- Entrevistas a profundidad y conversaciones dirigidas: A integrantes de la organización, público atendido y actores de otras organizaciones vinculadas a la misma, ello con la finalidad de comprender la percepción que se tiene de la organización, la motivación de participación de los actores, así como la aceptación o rechazo de las actividades que se realizan.
- Método etnográfico y observación participante: A fin de realizar una descripción puntual de cada una de las áreas de la organización, las actividades que realiza y los resultados obtenidos. Este método también permitirá la observancia del diseño de procesos de intervención, el uso de técnicas para la participación, procesos de gestión y sobre todo la construcción colectiva de conocimiento.
- Partir de esta metodología, permitirá hacer un cruce de información entre lo que dicen los actores de la organización, la población atendida y actores de otras organizaciones, ello con la finalidad de otorgar mayor fiabilidad a los datos obtenidos durante la investigación.

Altepetl, una aproximación teórica desde el nuevo institucionalismo sociológico

Como se dijo anteriormente los estudios organizacionales ofrecen una gama de perspectivas teóricas desde las cuales es posible analizar a la organización, no obstante para la presente investigación se ha elegido la propuesta del nuevo institucionalismo sociológico, la cual destaca “El análisis del conjunto de reglas, normas y tradiciones que existen en las diversas organizaciones...este conjunto de reglas, normas, practicas informales y tradiciones es conocido como el marco institucional” (Vergara, 1997: 10) y que influye de manera importante en el comportamiento de los individuos, ya que, debido a que son productos culturales los individuos se apegan a ellas.

¿Altepetl puede considerarse como una organización institucionalizada? Para dar respuesta es necesario remontarnos un poco en la historia, al año 2004 en el que se firma la Ley Federal de Fomento que reconoce a la sociedad civil como co-actora del desarrollo. Esta Ley es el corolario de la lucha de la sociedad civil por la libertad y los derechos humanos pero también de la exigencia por parte de la iniciativa privada hacia el fortalecimiento de la sociedad civil como medio de solución a los problemas de exclusión y pobreza

Dicha ley contiene generalidades sobre la estructura que debe tener una organización que va desde su razón social, figura jurídica y propósitos de la organización, misión y visión, en esta Ley también se contempla la duración de la organización posibilidades y restricciones respecto al uso de bienes económicos y materiales, así como sugerencias para las acciones que la organización realizara; así esta Ley/guía facilita el surgimiento cada vez más numeroso de este tipo de organizaciones (campo organizacional) que se adhieren a las pautas que marca

dicha Ley adquiriendo con ello una estructura formal la cuales “son manifestaciones de poderosas reglas institucionales, las cuales funcionan como mitos sumamente racionalizados que son obligatorios para determinadas organizaciones” (Meyer y Rowan, 1999: 82) en ese sentido puede pensarse que el modelo de estructura que por lo general asumirán las OSC es un modelo ya preestablecido, lo que puede considerarse como el mito institucionalizado de la sociedad civil. Al respecto de los mitos, Meyer y Rowan agregan que “Las sociedades modernas están llenas de reglas institucionales las cuales funcionan como mitos que muestran varias funciones formales como medios racionales para lograr fines deseables” (Meyer y Rowan, 1999: 85). Altepetl, por lo tanto, puede considerarse como una organización institucionalizada ya que nació en un mundo de instituciones similares a ella que integran aspectos estructurales (presidencia, secretario, tesorero) pautados en la Ley de fomento a las organizaciones de la sociedad civil asemejándose a otras instituciones, que operan en su mismo campo de acción y apropiándose de las reglas de funcionamiento/comportamiento establecidas en el mismo documento.

Sin embargo, en la realidad, se observan discrepancias entre lo que las organizaciones hacen y lo que demanda su estructura formal, en el caso de Altepetl, se reconoce que si sus integrantes se enfocaran solo en realizar actividades específicas del rol que se les asignó la organización no podría funcionar, pues al ser pocos integrantes cada uno de ellos (desde el presidente hasta los facilitadores) asumen papeles diversos para asegurar el funcionamiento de la organización. Por otra parte reconoce que tampoco podrían asumir solo el rol que de manera formal les corresponde ya que deben ser congruentes con lo que la organización

promueve, y esto es el fomento de la participación, el crecimiento individual y colectivo de sus integrantes así como de su profesionalización, por lo cual, de hecho se promueve que cada uno de los integrantes asuma roles distintos en el hacer de la organización, en este fenómeno de diferenciación entre la estructura formal y el funcionamiento de la organización fue descrito como una *separación* por Meyer y Rowan (1999), la operatividad de la organización varía en respuesta a consideraciones prácticas, permitiendo a la organización mantener estructuras estandarizadas, que llegan a reflejar su grado de institucionalización de acuerdo a lo preexistente en el ambiente, pero siendo diversas en su cotidianidad.

¿Cómo se organizan las actividades? ¿Mediante qué rutinas? ¿Cómo llegan a institucionalizarse? Como ya se mencionó, los integrantes de la organización están en una constante rotación de actividades, que implican fungir como facilitadores de grupo, coordinadores de actividades, registro fotográfico y de video y de manera general asistiendo a la logística que requiere la organización, como se dijo anteriormente, ello se debe a que todos los integrantes deben tener un espacio en el cual fortalecerse profesionalmente, el manejo de grupos y la coordinación son los ámbitos en donde eso puede ocurrir, debido a ello, la organización de actividades depende del manejo de contenidos que los integrantes tengan respecto a los temas que se desarrollan, dicho contenido se diseña con antelación, por lo cual el facilitador debe fortalecerse en el manejo teórico y de técnicas que involucra.

Antes de iniciar cualquier actividad, los integrantes de la organización se reúnen para determinar a las personas responsables de la ejecución de la actividad, ello se determina, primeramente por que los integrantes se postulan como facilitadores, al

sentirse preparados para manejar un contenido o técnica, la coordinación del área promueve que personas que no hayan contribuido a la facilitación tomen protagonismo.

En ese sentido, al tomar la responsabilidad de una actividad, el facilitador también cuenta con la confianza y anuencia de sus compañeros, siguiendo esta lógica los tropiezos y errores no son sancionados por la organización, pero si se manifiesta en la retroalimentación posterior a las actividades, en las que los integrantes hacen comentarios a la conducción, pero donde el facilitador comenta “como se sintió” en su desempeño.

La lógica de las sanciones en el área de formación, no tiene una vía específica, depende de la congruencia con los arreglos que poco a poco se han formado en esta área, es decir, los actos sancionables, son llegar tarde a las reuniones previas del equipo de facilitadores (en esta caso no se permite facilitar), no haberse preparado para la sesión (tampoco se permite facilitar, y el integrante asume el registro fotográfico y/o de logística), invalidar o destacar errores durante la conducción, aunado a ello interrumpir intempestivamente el desarrollo de actividades, o bien no aceptar la retroalimentación hecha por el resto del equipo a uno de los integrantes, para ello no existe una sanción clara, pero puede incurrir en el alejamiento de los integrantes a hacia las personas que incurra en ello. Dichos mecanismos de sanción se corresponden con la *lógica de la confianza y la buena fe*, de la que también habla Meyer y Rowan, ya que si bien la organización de actividades y su asignación, no corresponde a la estructura formal, las actividades cotidianas guardan un orden, en este sentido, “la confianza en los elementos estructurales, se mantiene por medio de tres prácticas – evitar, ser discreto, y

“hacerse de la vista gorda... con respecto a las anomalías” (Goffman en Meyer y Rowan, 1999: 99).

El comportamiento observado en la organización de actividades, el promover la participación y fortalecimiento de habilidades para la conducción de grupos y la experiencia en el manejo de los mismos, son patrones conductuales cotidianos en el área de formación, por otro lado, es importante mencionar que ninguno de los integrantes del área de formación o de las BUTCs es ajeno al proceso formativo de la organización, es decir, todos han participado como asistentes, por lo menos, a uno de los procesos formativos, de esta manera. En este sentido las personas que se integran al equipo de la organización se apropian de las formas de actuación de la organización, asumiéndolas como reglas, y las reproducen. Para significar lo que se entiende como regla se destaca que son “...rutinas, procedimientos, convenciones, papeles, estrategias, formas organizativas, y tecnologías entorno a los cuales se construye la actividad política” (March y Olsen, 1997: 68). Sin embargo ello no quiere decir que las personas tan solo reproduzcan las rutinas preestablecidas, sino que participan en su formación a través del tiempo, las reglas entonces, “pueden reflejar sutiles lecciones de experiencia acumulativa, en tanto que el proceso mediante el cual se determinan y se aplican las reglas apropiadas implica elevados niveles de inteligencia, discurso y deliberación humanos” (ibídem). El en caso de estudio, este criterio se refleja en la retroalimentación constante, y en que el equipo de Altepetl se integra por personas que han participado en diplomados, brigadas y escuela de promotores, ello desde la segunda hasta la sexta emisión de la BUTC, aunque también es cierto que las reglas preexistentes al ser asumidas por el nuevo integrante, trascienden al mismo.

La observancia de dichas reglas, que trascienden a los integrantes de la organización, así como el diseño de actividades y contenidos con base a la metodología de la educación popular, y que son relativamente estrictos su desarrollo, son independientes del facilitador, permiten a la organización liberar *atención organizacional* (se entiende por ello, “la habilidad que tienen las instancias inteligentes de la organización para observar y decidir los procesos que tienen lugar en las distintas subunidades de organizacionales” (Vergara en March y Olsen, 1997: 12) y entonces, el encargado de presidencia y procuración de fondos, se pueda enfocar directamente en la formación de alianza y participación en eventos de distinta naturaleza (dentro del campo organizacional) que le permitan establecer nuevas alianzas y consolidar participaciones de Altepétl en actividades diversas que le permiten a Altepétl el aprovisionamiento de recursos económicos que se utilizan para dar incentivos a sus integrantes.

CONCLUSIONES.

Las OSC, como entidades organizadas hacen uso de recursos (a veces limitados) para la consecución de sus objetivos, no obstante, su funcionamiento es diferido entre ellas, unas organizaciones establecen una relación de cooperación y financiamiento, con los gobiernos nacionales o la iniciativa privada, lo que les permite subsistir de acuerdo a los protocolos establecidos en la ley de fomento a las actividades de las organizaciones civiles, reproduciendo de este modo los modelos para el desarrollo que implementan dichas entidades, pero también de las formas

de gubernamentalidad, su funcionamiento, entonces, está en cierta medida regulado por los protocolos establecidos en los lineamientos de operación de planes y programas de desarrollo.

De esta manera las organizaciones se convierten en dependientes de los gobiernos nacionales, con lo cual se puede cuestionar su relativa independencia del estado y el mercado que se promueve desde los diversos espacios de la sociedad civil. Este planteamiento no debe confundirse con la ineficacia operacional de las organizaciones, ni mucho menos una pérdida de legitimidad.

Por el contrario, como se menciona en el documento, la cooperación debe cultivarse entre los diferentes componentes del sistema social, para la superación de la pobreza, los términos de dicha cooperación son los que se deben poner en duda, ya que las condiciones y objetivos de las organizaciones no deben perderse entre negociaciones, y en la búsqueda de legitimidad.

¿Qué pasa entonces con organizaciones que fijan sus objetivos y condiciones al establecer relaciones de cooperación interinstitucional y qué promueven la autogestión cómo forma de trabajo y supervivencia? ¿Cómo se legitima ante las demás organizaciones del campo? ¿Con que se relaciona su subsistencia? Con el desarrollo de dicho documento se intenta demostrar que con el uso de una metodología de base, en el diseño y ejecución de actividades es fundamental para la subsistencia de la organización, pues con base a su aplicación se logra “conquistar” a otras organizaciones y actores sociales que se interesan en cooperar, de algún modo, con la organización.

Esta “conquista” se manifiesta en forma de reputación y posicionamiento a nivel nacional e internacional de la organización como una institución eficiente, estatus

con el que se consolidan alianzas estratégicas y luego los objetivos de la organización.

Si bien la metodología trasciende a sus integrantes, son estos los que posibilitan su aplicación, los que la trasladan a otros actores, en forma de escucha activa, libertad de expresión y como un espacio en el que se pueden pensar formas alternativas al desarrollo. En ese sentido se apunta a que la organización ha institucionalizado actividades, comportamientos, reglas, sanciones, modelos de toma de decisiones y dinámicas de organización, fundamentales para la aplicación de la metodología.

Si observamos, dichos elementos como procesos de larga data, se posibilita el análisis de Altepetl, como una organización institucionalizada al incorporar los elementos estructurales, preexistentes en el ambiente, pero también en la rutina y desarrollo de sus prácticas cotidianas. Sin duda, son muy diversos los enfoques desde los cuales se puede analizar a la organización pero el NIS, ofrece la perspectiva necesaria para entender su funcionamiento.

Bibliografía

- Barba A. A. (2013). Administración, teoría de la organización y estudios organizacionales. Tres campos de conocimiento, tres identidades. Gestión y estrategia, 44, 139 - 152.
- Canto, C. M. (2015) La disputa teórica sobre las organizaciones civiles. Un asunto político – ideológico. En J. Cadena (coord.) Las organizaciones civiles mexicanas hoy (pp 49 -72). México: UNAM

- Ischler, S. (2001). La ¿sociedad civil? ¿fetiche?, ¿sujeto? *Bajo el Volcán*, 2 (3), 169-181.
- De la Rosa y Contreras C, J. (Coords.) (2013) Hacia la perspectiva organizacional de la política pública. Recortes y orientaciones iniciales. México: Ed. Fontamara
- León P, A. (2010) Las organizaciones civiles de México, su contribución en la democratización del espacio público. México: Ed. Universidad Autónoma Metropolitana
- March G, J y Olsen P, J (1997) El redescubrimiento de las instituciones, la base organizativa de la política. México: Ed. Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública A.C, Universidad Autónoma de Sinaloa Fondo de Cultura Económica.
- Meyer W,J, Rowan B. (1999) Organizaciones institucionalizadas: La estructura formal como mito y ceremonia, En Powell W,W y DiMaggio J, P(comps) El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional. México: Ed. Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública A.C, Universidad Autónoma del Estado de México, Fondo de Cultura Económica.
- Pérez, M. E. (2014) Democracia y sociedad civil: el ejercicio de la ciudadanía en sociedades heterogéneas, Santa Fe Argentina, En Cadena (Coord) *Instituciones y sociedades heterogéneas, con rasgos de pre, post y modernizadas* (pp. 160- 210). México: El colegio mexiquense A.C.
- Peruzzotti, E, (2002), Emergencia, desarrollo, crisis y reconstrucción de la sociedad civil argentina. En A. Panfichi (coord.) Sociedad civil. Esfera pública

y democratización en America Latina: Andes y Cono Sur. México: Fondo de Cultura Económica.

- Revueltas, A. (1993). Las reformas del Estado en México: del Estado benefactor al Estado neoliberal. *Política y Cultura*,(3), 215-229.
- Romero M. y Ramiro P. (2012) *Pobreza 2.0 Empresas, estados y ONGD ante la privatización de la cooperación al desarrollo*. España, Icaria Editorial.

Anexo

Bibliografía a consultar

- Aguilar, R. (2006), *Las organizaciones de la sociedad civil en México: su evolución y principales retos (tesis de doctorado)*. México: Universidad Iberoamericana.
- Barba Álvarez, A y Solís Pérez, P. (1997), *Cultura en las Organizaciones. Enfoques y Metáforas en los Estudios Organizacionales*. México Ed: Vertiente.
- Berger P. L. y T. Luckmann (1968) *La construcción social de la realidad*, México: Amorrortu editores.
- De la Rosa A. A., (2002). "Teoría de la organización y Nuevo Institucionalismo en el Análisis Organizacional" *Administración y Organizaciones*, 8 , 13 – 44
- DiMaggio, P. y Powel W (coords) (199) *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional (primera edición en español)*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Escobar, A, (2007) La invención del tercer mundo, construcción y deconstrucción del subdesarrollo (primera edición). Venezuela: Ed. El perro y la rana.
- Etzioni, A. (1991). Organizaciones modernas. (primera edición) México: Ed. UTEHA.
- Girardo, C. (coord.) (2010) El trabajo y sus peculiaridades en las organizaciones de la sociedad civil en México. México: El Colegio Mexiquense A.C.
- Gordon, S. R. (1995) El Programa Nacional de Solidaridad en la modernización del Estado Mexicano. En Carlos M. Vilas (Coord), *Estado y políticas sociales después del ajuste*. México: Editorial Nueva Sociedad – UNAM.
- Hall, R. (1996) Organizaciones. Estructuras, procesos y resultados, México: Ed. Prentice Hall.
- Ibarra C. E y Montaña H. L. (comp) (1991), Ensayos críticos para el estudio de las organizaciones en México. México: Miguel Ángel Porrúa,
- Ibarra C. E. (2000), Teoría de la Organización, mapa Conceptual de un Territorio en Disputa. En E. De la Garza T. (coord.) *Tratado Latinoamericano de sociología del trabajo* (245 – 284). México: El colegio de México, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Universidad Autónoma Metropolitana y Fondo de cultura económica.
- Ibarra, P,(2005) Manual de sociedad civil y movimientos sociales Madrid; Ed. Síntesis.

- Lawrence P. R. y Lorsch (1973) Organización y ambiente. Barcelona: Ed. Tela.
- León C. B., (2014) Entre la redención y la conducción, el combate a la pobreza en México 1970 – 2012. México: Ed Fontamara.
- Luhmann, N. (2005), Organización y decisión. Autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo. México: Anthropos.
- Mazzotti, P. G. y Solís P. P., (2002). Las nuevas formas de organización de la sociedad civil ante la globalización. *Administración y Organizaciones*, 4(9), 35 - 51.
- Montaña, H, L. (2004), El estudio de las organizaciones en México, Una perspectiva social”. En Luis Montaña Hirose (coord.), *Los estudios organizacionales en México. Cambio, poder, conocimiento e identidad*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Miguel Ángel Porrúa, Universidad de Occidente, Cámara de Diputados
- Naime, A. (2004), “Los estudios organizacionales. Prolegómenos de un campo de conocimiento en América Latina”. En L. Montaña (coord.) *Los Estudios Organizacionales en México. Cambio, poder, conocimiento e identidad* (pp. 41- 61). México: UAM, Universidad de Occidente, Cámara de Diputados, Miguel A. Porrúa.
- Pineda, L. et. al. (2011) Estrategias de incidencia de las OSC en las políticas públicas, manual para la impartición del módulo. México: DECA, Equipo Pueblo

- Pugh, D.S. (1971) Does context determine form? En Pugh, D, S. Organization Theory (16 – 35). London: Penguin Books.
- Rendón, C, M. (2007) Organización y cultura, tradición poder y modernidad en México. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Apartado C

Emprendimiento e
innovación empresarial

Emprendimiento y Empresarialidad Femenina en Mérida, Yucatán

Modalidad: Protocolo de Investigación

**Lizbeth Noemí Fernández Chalé
Ruby de los Ángeles Pasos Cervera
Ignacio Pastrana Flores**

Universidad Autónoma de Yucatán-Facultad de Economía
Km. 1 Carretera Mérida-Tizimín, Cholul. C.P. 97305 Mérida, Yucatán, México

“Emprendimiento y Empresarialidad Femenina en Mérida, Yucatán. Protocolo de investigación”

Resumen

Las empresas registradas en el Estado de Yucatán (territorio ubicado al sureste de México), ascendieron en el año 2013, a 98,478 unidades; un alto porcentaje de éstas, el 42.3%, se concentraron en una sola ciudad: Mérida, capital del estado. Cifras recientes publicadas por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social del Estado de Yucatán, indican que apenas uno de cada tres (29.6%) ocupados es empleador o trabajador por cuenta propia; y de este grupo, cuatro de cada diez, son mujeres (40.6%). Esto indica que las mujeres empresarias representan apenas el 12% de la población ocupada en Yucatán. Si bien, en las últimas décadas se observan significativos avances para disminuir la brecha de género en el mercado laboral, ésta sigue siendo amplia persistiendo una fuerte resistencia hacia la igualdad entre el empresariado. El objetivo de este estudio, es establecer las características que definen a la mujer emprendedora y/o empresaria en Mérida, Yucatán. Este protocolo de investigación propone abordar entre otros temas las motivaciones, los obstáculos que deben superar, los retos que deben alcanzar, y dentro de este contexto, cómo ha sido su gestión y resultados obtenidos. La investigación es descriptiva, incorporando estadística inferencial univariada, bivariada y multivariada.¹

Palabras clave

Mujer, emprendedora, empresaria.

¹ Este protocolo forma parte de una triada de investigaciones que se realizarán en los estados que conforman la Península de Yucatán (Campeche, Yucatán y Quintana Roo), para establecer las características que definen el perfil de emprendimiento y empresariado femenino de este territorio.

INTRODUCCION

La implicación de la mujer mexicana en los acontecimientos importantes del país, está escrito dentro de la memoria histórica, existen evidencias que lo mismo ha participado desde el ámbito privado, al cuidado de su familia, que en movimientos armados como la revolución e independencia, o ha tomado parte de la escena pública, con actividades tan diversas como la educación, el arte, la medicina, etc., o que actualmente ocupa oficios, con un rol aparentemente ajeno a su condición de género, siempre tratando de romper barreras culturales que todavía hoy persisten, aún en condiciones de desigualdad laboral frente al hombre, siguen generando espacios de apertura laboral, buscando el empoderamiento en el mercado de trabajo, sin embargo, se le niega la misma relevancia que al hombre.

Según el estudio “Panorama Laboral 2012” elaborado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), actualmente el perfil del puesto de trabajo que ofrece el mercado laboral mexicano, se distingue por ser informal, mal pagado y sin derechos sociales, frente a esta dramática realidad socio-laboral, la respuesta inmediata de la población económicamente activa (con formación profesionalista, o sin ella), y ante la disyuntiva de sucumbir en el umbral de la pobreza, se impone el espíritu de la economía de supervivencia, esto es, el auto-empleo, en todos los géneros, territorios, edades, condición social u otros segmentos por definir.

Asimismo, la OIT informa, que “México tiene la mayor tasa de empleo informal entre las economías más grandes de América Latina con el 60% de su población en edad productiva en el empleo informal, basado en estadísticas oficiales de cada país”. Esto quiere decir, que seis de cada diez mexicanos que están en edad de trabajar, lo hacen, en la economía informal. (OIT, 2012)

Lamentablemente, este problema, lejos de solucionarse, tiende a consolidarse, ya que el citado informe revela que son los jóvenes menores de 25 años, “quienes

principalmente trabajan en el empleo informal, pues seis de cada diez solo consiguen este tipo de trabajos”.

Es importante señalar que la Organización Internacional del Trabajo define el empleo informal de la siguiente manera: “se considera que los asalariados tienen un empleo informal si su relación de trabajo, de derecho o, de hecho, no está sujeta a la legislación laboral nacional, el impuesto sobre la renta, la protección social o determinadas prestaciones relacionadas con el empleo”.

Así, el empleo informal incorpora a trabajadores por cuenta propia, principalmente en el sector informal, trabajadores familiares auxiliares o jornaleros, entre otros, cuya constante es que carecen de seguridad social y, por norma general, no pagan impuestos. [Consultado el 22/mayo/2018]. Disponible en <http://www.empleo.gob.es/es/mundo/consejerias/mexico/trabajar/contenidos/MercadoLaboral.htm>).

Un trabajo más reciente elaborado por la Organización para el Crecimiento y el Desarrollo Económico (OCDE, 2016), titulado “Reporte Igualdad de Género en la Alianza del Pacífico: Promoviendo el Empoderamiento Económico de las Mujeres”, revela que además de esta informalidad del mercado laboral (en el caso específico de México, los hombres con empleos informales constituían el 49.7% del mercado laboral, contra el 57.2% de las mujeres) y el estancamiento salarial, derivado de la crisis económica mundial del año 2007, las mujeres que forman parte de la población económicamente activa mexicana, deben sufrir también la brecha de género, que se plasma en mayor desempleo, menor educación y en salarios aún más bajos que los percibidos por los hombres mexicanos, (las mujeres ganan 12% menos que los hombres, por cada hora de trabajo).

En dicho informe, México ocupa el penúltimo lugar en tasa de participación laboral femenina de la OCDE (sólo superada por Turquía) y la última entre los países de la Alianza del Pacífico, y sólo el 36% de los puestos de trabajo de alta dirección o ejecutivos (OCDE, 2016), son desempeñados por mujeres.

La desigualdad de género, y la reducción de la brecha de género, se ha convertido en una prioridad para los gobiernos y las instituciones internacionales. Integrar o no a las mujeres, en el mercado laboral, ha dejado de ser un tema de justicia o equidad de género, o una cuestión básica en torno a la igualdad de oportunidades para todo ser humano, para convertirse en piedra angular de la economía nacional, ya que repercute “en el bienestar de nuestras sociedades y sobre su potencial de crecimiento incluyente” (OCDE, 2016) Lo anterior, porque existe una relación directa entre la competitividad de un país y la equidad de género que en él se aplica (Vázquez; Arredondo; Florina y de la Garza, 2016); consecuentemente, los países más competitivos resultan ser aquellos, en los que se tiene mayor equidad de género o una menor brecha de género.

Desde esta perspectiva, y dado que la OIT y la CEPAL reconocen una alta participación laboral de la mujer pero no confirman una alta participación femenina en el sector empresarial, es importante estudiar el hecho, para no sólo contribuir a disminuir la brecha de género, sino conocer las razones de la escasa presencia femenina en los cargos de importancia, los obstáculos que tienen que superar las empresarias mexicanas para acceder a dichos trabajos, conocer un poco más del perfil de las emprendedoras y empresarias mexicanas y saber cuáles son las estrategias de gestión que llevan a sus empresas a ser productivas y competitivas, incluso quizás a nivel internacional.

Planteamiento del Problema

El estado de Yucatán ocupa el 2% del territorio mexicano y se encuentra ubicado en el sureste del país, su población según el INEGI, para 2015, era de 2,097,175 habitantes, de los cuales el 49% eran hombres y 51% mujeres; (Secretaría de Economía, 2015), es decir existen 96 hombres por cada 100 mujeres, ubicados en su mayoría, 84%, en poblaciones urbanas y 16% en poblaciones rurales; su nivel de escolaridad promedio es de 8.8 años, segundo de secundaria, lo que significa que Yucatán se encuentra en un nivel abajo del promedio nacional que es de 9.1 años, mientras que el analfabetismo fue mayor 7.4% en la entidad, que el promedio nacional 5.5% (INEGI, 2015).

Lo anterior permite contrastar las condiciones educativas en la que se encuentran los grupos poblacionales en Yucatán, si bien, no se ha logrado salir del cuadro básico educativo, en varios años, y los avances anuales son para nada significativos, lo cierto es, que la diferencia de género en la escuela han desaparecido en buena medida y en algunos casos han favorecido a las mujeres, esto desde luego en el área urbana; ya que existe un contraste en el área rural, donde, la brecha de participación se hace más grande en los grupos más desfavorecidos.

La población económicamente activa (PEA), en 2015, corresponde al 51% del total poblacional, cifra que se fraccionó de la siguiente forma: 33.9% de la PEA, son mujeres y 66.1% son hombres (*Ibíd.*), es decir la mitad de la PEA femenina entra al mercado laboral y la otra mitad se dedica a otras actividades no económicas, las labores del hogar, cuidado de algún familiar, etc.

Dentro de este contexto, el 98% de la PEA total tiene ocupación, siendo el segmento de mujeres en la PEA el que muestra un discreto repunte como población ocupada (98.5%) con respecto a los hombres (97.8%). Sin embargo, las mujeres que están en el mercado laboral siguen padeciendo las diferencias de género en cuanto a los puestos de poder y salario el cual es 16% más bajo que el de los hombres.

Las yucatecas, como muchas mujeres mexicanas se enfrentan a importantes obstáculos que les impiden participar plenamente en el mercado laboral. Estos incluyen: la carga del trabajo no remunerado (se estima que dedican cuatro horas diarias más al trabajo no remunerado que los hombres); los tradicionales roles de género; y la carencia de políticas de conciliación entre trabajo y vida familiar, especialmente la insuficiente oferta de servicios de cuidado infantil y de prácticas laborales flexibles. (OCDE,2011)

Si lo que se busca en el país es fomentar las actividades económicas en las mujeres, dado que actualmente, el sector femenino empresarial contribuye en un 37% al Producto Interno Bruto, según el INEGI, (2012), es importante empezar a ver los emprendimientos desde la perspectiva de género máxime cuando en el estado de Yucatán y su capital, predomina la población femenina.

En 2012, se dio a conocer que la brecha de género en Yucatán se incrementó, aún no se tienen cifras más actuales por entidad y mucho menos por ciudad, pero si se desea ir cerrando la brecha, se tienen que ir haciendo acciones de empoderamiento de la mujer en algo tan importante como la actividad económica, por lo que se plantea la siguiente interrogante que da pie a este estudio.

¿Cuál es la influencia de los factores internos y externos, en el desempeño de los negocios, de las mujeres empresarias de los sectores formal e informal del área metropolitana de Mérida Yucatán, México, en el período 2018-2019?

¿Qué estrategias de gestión utilizan en sus empresas las mujeres empresarias?

¿Cuál es el perfil de las mujeres empresarias que trabajan en la capital yucateca?

Justificación

Justificación política-económica

Desde 1952, los organismos internacionales conscientes de que la mujer forma parte de un grupo vulnerable, vio la necesidad de garantizar y proteger los derechos humanos de las mismas. En 1975 se hace la primera Conferencia Mundial de la Mujer en México, donde nuestro país se adhiere a los objetivos y líneas de acción de las mujeres, participando de manera activa hasta la última conferencia celebrada en Beijing la cual se encargó de colocar en su Plataforma de Acción el compromiso internacional para alcanzar las metas de igualdad, desarrollo y paz de las mujeres de todo el mundo.

Actualmente todos los organismos internacionales pugnan por la igualdad no sólo en oportunidades sino en todos los ámbitos, tanto la OIT, como el BM, la OCDE, GEM, ONU, PNUD, etc., promueven acabar con la discriminación hacia los grupos vulnerables como es el caso de la mujer, y los gobiernos del mundo poco a poco y muy lentamente, van hacia allí.

En el caso de México, siempre ha mostrado su disposición a nivel internacional de participar en este tipo de acciones de respeto a los derechos humanos, como lo establece la constitución y como se enmarca dentro de los tratados firmados a nivel internacional, así como en las políticas públicas, planes y programas que para ese fin se realizan, sin embargo, al igual que muchos países, el pasar de la teoría a la práctica, lleva su tiempo.

Económicamente, tanto la OCDE como el Banco Mundial sugieren que la productividad podría aumentar hasta un 25% en algunos países si las barreras discriminatorias contra las mujeres desaparecieran (Banco Mundial 2011); por otro lado el informe de 2015 *del McKinsey Global Institute* reveló que si las mujeres y los hombres desempeñaran un "papel similar en los mercados laborales", se agregarían U\$ 28 billones a la economía mundial para 2025. Estas ganancias globales serían adicionales a los beneficios para las empresas individuales. Para que exista un progreso global, debe trabajarse para un desarrollo sostenible

Por su parte los organismos internacionales han expresado:

“Los países que desean seguir siendo competitivos e inclusivos deberán incorporar la igualdad de género como una parte esencial de sus políticas de desarrollo de capital humano.”

Justificación Social:

Desde esta perspectiva, se busca normar las relaciones entre las personas desde el marco del derecho y las reconoce con igual dignidad humana y libertad. Es un principio jurídico universal.

Implica la eliminación de toda forma de discriminación en cualquiera de los ámbitos de la vida, que se genere por pertenecer a cualquier sexo. Art. 6 LGIMH.

Lo que busca la mujer es igualdad de trato, igualdad de oportunidades e igualdad de resultados.

Marco teórico

Identificar cuáles son las motivaciones que llevan a las mujeres a realizar emprendimientos o actividades empresariales, y lograr el éxito en estas acciones, no es nada fácil, actualmente la mujer busca estrechar, sino es que cerrar, la brecha de género que durante mucho tiempo la ha limitado para realizarse plenamente como persona, está motivada para seguir rompiendo las barreras sociales y culturales, que le permitan alcanzar posiciones dentro del mercado laboral, donde se reconozcan sus derechos y capacidades asociadas a su condición de mujer, encaminándose a una realización económica, profesional y personal, convirtiéndolas en un elemento clave para elevar la competitividad del país.

Por ello es importante adentrarse en estudios que permitan conocer algunas de las características, de esas mujeres, qué las motiva a emprender, cómo se desenvuelven dentro de la gestión, su perfil empresarial, etc. para esto es importante analizar algunas de las teorías más importantes sobre motivación, emprendimiento y factores que influyen positiva o negativamente en ellas y en su ejercicio laboral.

Para ello es necesario tener claro el concepto de emprendimiento empresarial el cual debe entenderse como “la práctica en la cual habitualmente un individuo crea y desarrolla nuevas empresas que generan valor”, estos sucesos son circunstanciales donde se aprovecha una oportunidad de negocio percibida del entorno o cuando se busca cubrir una necesidad (Nel, Maritz &Thongprovati, 2010; citado en Briceño, Briceño y Lira, 2016),

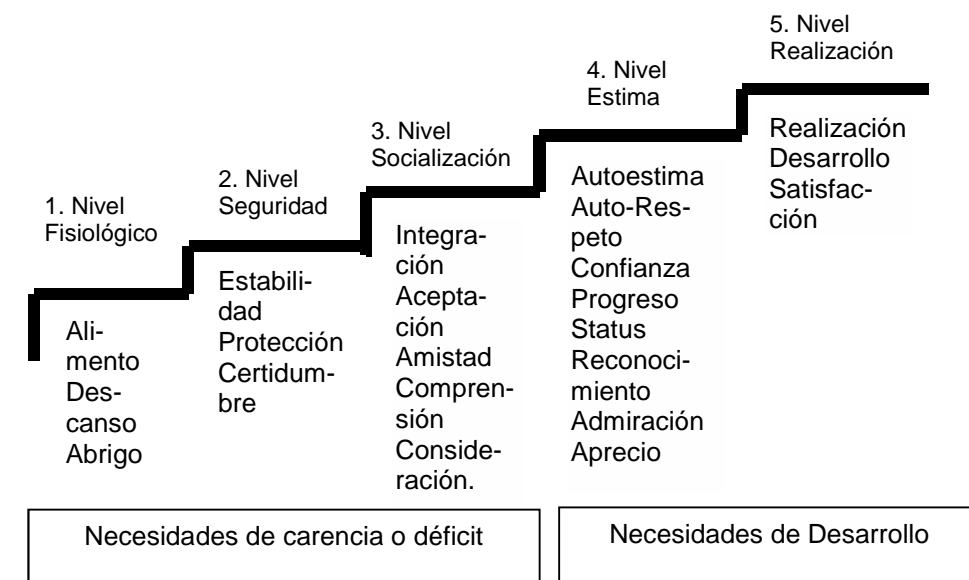
Dado que en la literatura existen diferentes clasificaciones de los emprendimientos, de acuerdo a su naturaleza, al género, al tipo de motivación, tecnológicos, por oportunidad, por necesidad etc. el enfoque escogido a trabajar, es desde la perspectiva de género, iniciando por conocer las teorías generales que definen a un emprendedor o emprendedora de acuerdo a la bibliografía. Esperando que al finalizar esta investigación se obtenga un perfil de la mujer emprendedora de la ciudad de Mérida, Yucatán México.

Teorías basadas en la Motivación

Una de las teorías más conocidas y genéricas, que se relacionan con los estudios de emprendimiento es la “teoría de la motivación humana”, esta teoría es producto del trabajo del psicólogo e investigador conocido por sus estudios sobre la personalidad, Abraham Maslow, la teoría del comportamiento tiene su fundamento en la conducta de los individuos, y busca explicar las acciones de las personas. Consiste en clasificar por categorías y niveles las necesidades humanas, es decir se establece una jerarquía de necesidades de acuerdo a la importancia que le otorga el individuo en estudio. La jerarquía entonces, es establecida por una prioridad, iniciando desde las necesidades básicas o fisiológicas que se encuentran en la base piramidal, seguidas de las necesidades de seguridad, sociales, de autoestima y las referidas al desarrollo personal o autorrealización, se ubican en la más alta posición.

Maslow plantea, que el hombre primero llena sus necesidades básicas que son prioritarias y cuando logra satisfacer sus necesidades primarias, entonces toma conciencia poco a poco de sus necesidades superiores y junto con ello, la motivación para alcanzarlas.

Jerarquía de Necesidades de Maslow



Fuente: Maslow, (1991)

En el nivel superior, se tienen el reconocimiento y la autorrealización, los cuales son importantes e influyen en la autoestima del emprendedor, para sentir la autorrealización primero uno debe tener una sólida autoestima, a partir de ello, se puede sentir el aprecio de otros, el prestigio, etc., esto es, un reconocimiento y aceptación de uno mismo, de lo que es y lo que ha logrado, para alcanzar sentir entonces la autorrealización.

Para que todo funcione correcta e idealmente, todos los subniveles deberán estar cumplidos, entonces se podrá trabajar en forma armónica, pero cuando estás en los niveles superiores y vuelve un nivel inferior, es considerado una amenaza psicológica que puede producir reacciones delicadas en el comportamiento humano; sin embargo, es importante considerar, que no todos alcanzan la cima de la pirámide (la autorrealización), muchas son las personas que viven sin conseguir satisfacer plenamente los niveles inferiores.

La teoría de necesidades de David McClellan, trata de explicar el éxito profesional con base en la motivación. Él planteó desde otra perspectiva la motivación de los emprendedores, según esto, la necesidad de logro es un rasgo de la personalidad que verdaderamente motiva a un individuo a convertirse en emprendedor, fundamentando que “la necesidad de logro” es en parte responsable del crecimiento económico, muchas veces el logro tiende a medirse a partir del dinero que uno tiene o la riqueza que acumula. Por otra parte, el autor descubre que el desarrollo de esta característica está influenciado por la crianza, es decir si tiene familiares empresarios o si alguien de su entorno lo es. Por aspectos sociales y culturales del entorno, demostrando que esa cualidad, es indispensable para ser un emprendedor exitoso pero que no es un atributo necesariamente innato, sino que se puede desarrollar.

Las personas motivadas por el logro, se caracterizan por pensar con una estructura mental lógica y secuencial, define el problema, desea resolver, identifica los recursos, comprende las dificultades, identifica a las personas adecuadas que pueden ayudar, se anticipa en planear las acciones, en caso de tener éxito o fallar en la resolución de un problema.

Las otras dos necesidades de la teoría de McClellan son el poder y la afiliación, el primero se refiere a “la necesidad de influir y controlar a otras personas o grupos buscando un reconocimiento por parte de ellos” (Segura y Pintor, 2010); las personas que necesitan el poder, les gusta que se les considere importantes, buscan status y prestigio y les gusta imponer sus ideas. Por su parte las personas con la necesidad de afiliación, son populares, amigables, buscan la aceptación de otras personas, les gusta trabajar en grupo.

Las tres necesidades son importantes en la administración ya que la combinación de ellas, crea una sinergia que permite que una empresa organizada funcione adecuadamente.

Teorías basadas en la motivación y el emprendimiento

El modelo del evento empresarial de Alberth Shapero (Marulanda, et al., 2014), establece su planteamiento sobre la motivación del emprendedor, de forma más puntual, aludiendo a que dicha motivación puede surgir de una situación desestabilizante que aparece repentinamente, en la vida de las personas. Ejemplo de ello, puede darse la apertura de una empresa cuando las personas pierden el trabajo, mujeres que son cabeza de familia, que han sido maltratadas, que se sienten frustradas en sus trabajos, que no pueden compaginar sus horarios con los de una empresa. Igualmente puede darse en personas que están trabajando y que quieren invertir en algo productivo, alguien que tienen una idea de negocio efectiva.

Shapero hace notar que la familia es una influencia importante para el emprendedor como lo pueden ser los padres, tíos, parientes cercanos, e incluso maestros o figuras conocidas en el entorno de los emprendedores sirven de motivación ya que los hijos de empresarios tienden a crear su propia empresa.

Minniti, Bygrave & Autio, (2006, citados en Marulanda, et al. (2014)) hacen mención de una clasificación de emprendimiento que es interesante mencionar, el emprendimiento por necesidad y el emprendimiento de oportunidad. El primero hace referencia a aquel emprendedor que crea una empresa porque necesita una opción de

trabajo que le permita subsistir, no porque esté convencido de emprender o independizarse, pero tiene motivos superiores como no encontrar empleo, no poder cumplir con un horario de oficina por cuidado de hijos, algún familiar enfermo o con discapacidad, etc., esta persona está preocupada por ganar para llevarle comida a su familia, pero también por cuidarla, y el fracaso no es opción para él o ella, ya que eso significaría que su familia está en riesgo; este tipo de emprendimiento no tiene gran impacto en la economía ya que no genera innovación, quizás solo genere algún empleo; por otra parte el emprendimiento por oportunidad es cuando un individuo percibe la oportunidad de poner un negocio y crea una empresa como una opción más de generar beneficio.

Teorías de la propensión al riesgo

El perfil del emprendedor está intrínsecamente relacionado con el riesgo, en todos los sentidos, tanto el riesgo físico, como monetario, social y ético, desde luego, está ligado con las situaciones que de manera frecuente atraviesa un empresario con resultados inciertos y donde pone en riesgo su capital y el bienestar de su familia. (Roscón, 2008)

Desde luego, son los aspectos financieros, los que frecuentemente se vinculan con el riesgo, pero no es el único, ya que existen diversos factores de riesgo en la toma de decisiones, aunque debe matizarse que también éste depende del grado propensión al riesgo que tiene el emprendedor, mismo que depende de cada individuo.

Un ejemplo, es la oportunidad de establecer una alianza con otra empresa, al empresario le genera duda por el riesgo que representa, es decir, por un lado, le plantea una reducción de riesgo en la solución a un problema y por otro le genera un riesgo en cuanto a la relación que se establece con la contraparte, que puede o no ser satisfactoria, desde luego con las consecuencias que eso conlleva.

También existen riesgos derivados de la incertidumbre que se percibe del entorno, lo cual se contrarresta con base en el conocimiento que tiene el empresario, es decir la información con la que cuenta, su base cognitiva y su valoración sobre incerti-

dumbre; también le genera miedo al empresario la posibilidad del oportunismo empresarial, no obstante, los individuos tienen incentivos intrínsecos que pueden variar los resultados esperados, a pesar de esto (Roscón, 2018)

Factores endógenos y exógenos determinantes del emprendimiento

Por otra parte, Alonso & Galve Gorriz (2008) señalan factores determinantes del emprendimiento, clasificándolos en tres grupos: los factores demográficos, los factores psicológicos e individuales y los factores ambientales, el primero se refiere a las características demográficas del individuo, (edad, género, nivel de estudios, etc.)

la segunda clasificación refiere las características psicológicas básicas, que algunos autores proponen para emprender, uno de ellas es la autoestima

los factores ambientales corresponden al ecosistema que rodea al emprendedor.

Existen muchas y diferentes propuestas de los factores determinantes del emprendimiento, pero la presentada por Marulanda, Correa y Mejía, (2009) ofrece cinco variables que se repiten en muchas de las propuestas hechas y es esa coincidencia de opinión la que les da un valor agregado

Perfil Psicológico de Emprendedores (Barbara V., et al, 2007)

Característica	Autor/año
Deseo de independencia	Anna, Chandler, Jansen y Mero (2000); Barredo y Llorens(1993); Collis, Moore y Unwala (1988); Duchéneaut y Orham (1998); Feesen y Dugan (1989); García y Wandoseeel(2004); Genesca y Venecia(1984); Jenssen y Kolvered (1992); Koh (1996); Martínez, Sánchez y Urbina (1998);Rusque (2002); Sheinberg y Mac Millan (1988); Woo, Cooper y Dunkelberg(1988).
Gusto por el riesgo	De Pablo y Bueno (2004); Díez de Castro et al (1995); Douglas y Shepherd (1997); Dubini (1988);Smith, backerd y Miner (1987).
Elevada necesidad de logro	Anna, Chandler, Jansen y Mero (2000); Barredo y Llorens (1993); Box, White y Barr (1993); Collins, Moore y Unwala (1964); De Pablo y Bueno (2004); Díez de Castro et al (1995); Dubini (1988); Jenssen y Kolvered(1992); Jonson (1990); Koh 1990);

	Koh(1996); McClelland (1968); Rusque (2002); Woo, Cooper y Dunkelberg(1988).
Alta necesidad de Competencia	Box, White y Barr (1993); Davidsson (1988); De Pablo y Bueno (2004); Duchéneaut y Orham (1998); Feesen y Dugan(1989)
Preferencia por la innovación	Anna, Chandler, Jansen y Mero (2000); De Pablo y Bueno (2004); Dubini (1988); Garcia y Wandoseel (2004); Jenssen y Kolvered (1992); Smith, Backerd y Miner (1987)

Fuente: citado en Marulanda, Correa y Mejía, 2009

Metodología

Diseño de estudio

El estudio que se realizará es de tipo cuantitativo, no experimental y de alcance explicativo. La primera característica está dada porque se empleará la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico; la segunda característica debido a que no se manipularán las variables captadas mediante la encuesta diseñada para ello; asimismo, se establecerá la forma funcional de la relación que se presenta entre las variables objeto de estudio cumpliendo la última característica propuesta en este diseño.

Objetivo general

Determinar la influencia que tienen los factores internos y externos en el desempeño de los negocios de las mujeres empresarias de los sectores formal e informal del área metropolitana de Mérida, Yucatán, México, considerando el periodo 2017 – 2018.

Objetivos específicos

1. Caracterizar la actividad empresarial de los sujetos objeto de estudio.
2. Construir los indicadores asociados con los beneficios personales y profesionales de la actividad empresarial de la mujer empresaria, con su autoestima y con su aversión al riesgo (tres indicadores).

3. Efectuar un análisis comparativo y relacional de las variables de interés respecto al desempeño de la empresa, mediante la aplicación de las pruebas estadísticas paramétricas o no paramétricas que correspondan a la naturaleza de las variables: pruebas de independencia Chi cuadrado y pruebas t de Student para dos muestras independientes.

4. Elaborar un modelo explicativo de la relación que guarda el desempeño de la empresa con los factores internos y externos objeto de estudio, mediante la construcción de un modelo de regresión logística binaria.

Variables de estudio

Se ha seleccionado como variable respuesta o dependiente, el desempeño de la empresa entre los años 2016 y 2017, que, para propósitos del estudio, se considerará de tipo ordinal dicotómica para lo cual se establecen dos niveles: con un incremento en las utilidades hasta un 20% y con un incremento en las utilidades de más del 20%.

En cuanto a los factores internos se consideran el nivel de estudios, los años de experiencia, la percepción de las empresarias respecto a los beneficios personales y profesionales de la actividad empresarial, la autoestima y la aversión al riesgo.

En cuanto a los factores externos, no relacionados a su actividad empresarial, pero vinculados al aspecto personal de la empresaria, se consideran: si realiza o no actividades de cuidado familiar; si ha habido o no emprendedores en su familia, y si la pareja (en su caso) se dedica o no al hogar.

Adicionalmente, en un nivel descriptivo, se caracteriza a las empresarias en cuanto a grupo de edad, si dependen de ella otras personas y en particular si tiene o no hijos menores de 18 años, si hay o no familiares involucrados en el negocio, los obstáculos que han enfrentado y los sacrificios que consideran ha implicado el desarrollo su actividad empresarial. En cuanto a la empresa, la antigüedad de la misma, el sector de actividad y su estructura jurídica.

Hipótesis

Las hipótesis que se espera verificar mediante el estudio son las siguientes:

H1: El desempeño de la empresa tiene una relación directa con los beneficios personales o profesionales de la actividad de empresarial.

H2: El desempeño de la empresa tiene una relación directa con la autoestima de la empresaria.

H3: El desempeño de la empresa tiene una relación inversa con la aversión al riesgo de la empresaria.

H4: El nivel de estudios de la empresaria tiene una relación directa con el desempeño de la empresa.

H5: La experiencia de la empresaria tiene una relación directa con el desempeño de la empresa.

H6: El que haya habido emprendedores en la familia de la empresaria tiene una relación directa con el desempeño de la empresa.

H7: El que la empresaria realice actividades de cuidado familiar tiene una relación inversa con el desempeño de la empresa.

H8: El que, en su caso, la pareja de la empresaria realice actividades de cuidado del hogar tiene una relación directa con el desempeño de la empresa.

Métodos y técnicas

En una primera etapa, se efectúa la validación del instrumento de captación en cuanto a sus propiedades psicométricas: validez y confiabilidad, mediante el análisis factorial exploratorio y confirmatorio y la obtención del coeficiente alfa de Cronbach para revisar su confiabilidad.

En una segunda etapa, se determinará el tamaño de muestra para llevar a cabo el estudio y posteriormente al levantamiento de la información.

En la tercera etapa se llevará a cabo el análisis estadístico de la información y la obtención de los resultados del estudio mediante el empleo de las técnicas estadísticas que se describen a continuación.

Estudio descriptivo.

Se caracterizará la muestra captada y se obtendrán las medidas de descriptivas de las variables de interés, según su carácter cualitativo o cuantitativo: frecuencias, porcentajes, medidas de tendencia central y dispersión. En un segundo momento se elaborarán tablas de contingencia para los cruces con las variables cualitativas de interés.

Como parte de esta etapa se construirán los indicadores asociados con el beneficio personal o profesional de la actividad empresarial, la autoestima y la aversión al riesgo, obteniendo medidas descriptivas de tendencia central y dispersión de dichos índices.

En esta misma etapa y en preparación a los análisis comparativos, relacionales y en especial los de carácter explicativo, se estratificarán en dos niveles las variables objeto de estudio.

Estudio inferencial bivariado relacional.

Previa verificación de los supuestos de normalidad, para el caso de los indicadores construidos, mediante las pruebas de bondad de ajuste de Kolmogorov Smirnov y Shapiro Wilk, se aplicarán las pruebas estadísticas paramétricas y no paramétricas que correspondan para establecer la posible relación que guarda la variable respuesta con las variables independientes objeto de estudio.

En cuanto a las pruebas paramétricas se aplicará la prueba t de *Student* para dos muestras independientes y en cuanto a las pruebas no paramétricas, la prueba de independencia Chi cuadrado y la prueba U de Mann Whitney, esta última en el caso

del no cumplimiento de la suposición de normalidad que requiere la aplicación de la prueba paramétrica.

Estudio inferencial explicativo.

Se llevará a cabo el análisis de la relación conjunta de los indicadores y variables de interés con las variables respuesta que se determinen a partir del análisis descrito en la etapa previa, mediante la construcción de modelos de regresión logística binaria.

En la cuarta y última etapa, a partir de los resultados obtenidos, se presentarán las conclusiones del estudio.

Resultados esperados

Como resultado de la realización del estudio, se espera caracterizar la actividad de negocios de las mujeres empresarias del área Metropolitana de Mérida, con relación a los factores internos (nivel de estudios, los años de experiencia, la percepción de las empresarias respecto a los beneficios personales y profesionales de la actividad empresarial, la autoestima y la aversión al riesgo) y los factores externos (si realiza o no actividades de cuidado familiar; con respecto a la empresaria si ha habido o no emprendedores en su familia, y si la pareja (en su caso) se dedica o no al hogar), considerados en el estudio.

Asimismo, como se mencionó anteriormente, en un nivel descriptivo, se espera caracterizar a las empresarias en cuanto a grupo de edad, si dependen de ella otras personas y en particular si tiene o no hijos menores de 18 años, si hay o no familiares involucrados en el negocio, los obstáculos que han enfrentado y los sacrificios que consideran ha implicado el desarrollo su actividad empresarial. En cuanto a la empresa, la antigüedad de la misma, el sector de actividad y su estructura jurídica.

En un nivel inferencial, se espera corroborar las hipótesis de investigación en torno a la relación de los factores internos y externos considerados con el desempeño del negocio y finalmente, a partir de la construcción del modelo de regresión logística

binaria, se espera identificar la influencia que estos factores internos y externos tienen en el desempeño de los negocios, cuando dichos factores actúan de manera conjunta.

Bibliografía

Alonso, M. J., & Galve Gorriz, C. 2008. El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales*, 26: 40

Briseño, O., Briseño, A., López Lira, A. (2016). El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México. *Innovaciones de Negocios*, 13(25): UANL, México. 023 - 046 pp.

Centro de investigación de la mujer en alta dirección (2013) "Estadística sobre Mujeres y Empresarias en México". México

Secretaría de economía (2015) Información Económica y Estatal, Informe de Labores 2015. Gobierno de Yucatán.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2016). Encuesta Intercensal. Panorama Sociodemográfico de Yucatán 2015. México. pp237.

Marulanda, F. Montoya, I. y Vélez J. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Revista Pensamiento y Gestión*. No. 36;

Maslow, A., (1991) *Motivación y Personalidad*. Ed. Díaz de Santos, S.A. 3ª. Ed. Madrid.

Ministerio del trabajo, Migraciones y Seguridad Social del Gobierno de España. [Consultado el 22/mayo/2018]. <http://www.empleo.gob.es/es/mundo/consejerias/mexico/trabajar/contenidos/MercadoLaboral.htm>

Moya P. y Santana S., (2016). Sobre el concepto de emprendimiento documento de trabajo diciembre.

OECD (2016), *Igualdad de Género en la Alianza del Pacífico: Promover el Empoderamiento Económico de la Mujer*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264263970-es>.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos OECD (2016), Presentación de los Reportes Perspectivas para el Empleo 2016 e Igualdad de Género en la Alianza del Pacífico. OCDE

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2012). “Panorama Laboral 2012” elaborado por la (OIT).

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2017). La Mujer en la Gestión Empresarial: Cobrando Impulso en América Latina y el Caribe. Oficina Internacional del trabajo

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2014). Indicadores de Desarrollo Humano y Género en México: Nueva Metodología

Segura, M. y Pintor, L. (2010). Una visión desde el empresarismo femenino en Colombia y su potencial de internacionalización. Recuperado de http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2011-v1-n1/01-empresarismo-femenino.pdf

Vázquez, P., José; Arredondo, T., Florina y De la Garza, Jorge (2016) “Brecha de género en los países miembros de la Alianza del Pacífico” *Revista Estudios Gerenciales* 32 (2016) 336–345 Universidad ICESI. Publicado por Elsevier España, S.L.U. [consultado 8/05/2018]. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2016.09.003>

Procesos ocultos y no tradicionales de la empresa en México. El caso de la empresa “X”

Modalidad: Protocolo de Investigación

Janeth Méndez Tezocotitla

UAM- Iztapalapa

Av. San Rafael Atlixco 186, Leyes de Reforma 1ra Secc, 09340 Ciudad de México.

Procesos ocultos y no tradicionales de la empresa en México. El caso de la empresa "X".

Resumen

La presente investigación se desarrollará en una Mipyme ubicada en la ciudad de México creada en 2008 dedicada a la instalación de dispositivos de rastreo satelital, cuyos principales clientes y proveedores son organizaciones consideradas grandes e internacionales, uno de los motivantes para llevar a cabo esta investigación es porque de acuerdo con indicadores informados por INEGI, ha excedido el promedio de esperanza de vida para este tipo de organizaciones, indicada en 7.8 años en promedio, así como por que resulta relevante el análisis del papel que la Mipyme objeto de estudio juega en el contexto neoliberal actual, dadas las condiciones mencionadas anteriormente el objetivo de esta investigación será analizar e identificar ¿Qué estrategias y estructuras tiene la empresa "X" que le han permitido sobrevivir por 10 años en el mercado mexicano, inmerso en un contexto neoliberal? .El desarrollo del texto está concentrado en dos rubros principales, el primero en el contexto nacional e internacional neoliberal, su desarrollo e introducción en el mercado mexicano, así como las herramientas necesarias para esta inclusión como la tecnología, y en el segundo apartado como consecuencia de esta nueva dinámica, social, política y económica como se reconfigura, la estructura y la concepción del actor dentro de la organización, inmerso en esta dinámica global y finalmente que reflexiones nos deja esta nueva realidad.

Palabras clave

Mipyme, Estructura, Neoliberalismo, Estrategias, Actor organizacional global.

A) PLANTEAMIENTO DE LA PROBLEMÁTICA DE INVESTIGACIÓN.

Al hablar de Mipymes es importante reconocer la variedad de organizaciones con características, tamaños específicos y particulares por lo que es de suma importancia, no solo económica, conocerlas y analizarlas, para comprender la importancia de este sector dentro del ámbito organizacional.

El interés por trabajar el neoliberalismo en las Mipymes surgió de lo relevante que es este sector empresarial para nuestro país, así como establecer la importancia de conocer el contexto político, económico y social en el que vivimos y por lo tanto en el que las Mipymes se desarrollan, así como entender como fue la configuración de esta nueva realidad neoliberal. Principalmente por la inquietud de comprender como es que las Mipymes en México accedieron a esta nueva dinámica neoliberal y como es que configuraron su participación, es decir identificar y analizar como este contexto neoliberal ha impactado en la definición de la estructura de la organización, así como que estrategias organizacionales y de los actores organizacionales le han permitido a la organización objeto de estudio permanecer en el mercado.

B) PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.

- A. ¿Cómo la estructura y estrategias a cargo de los actores han permitido sobrevivir a la empresa X en el mercado mexicano en un contexto neoliberal?

PREGUNTAS DE APOYO.

- 1.1 ¿Cómo ha influido el contexto neoliberal en el que se desarrolla la organización en la definición de su estructura?
- 1.2 ¿Qué estrategias personales determinan la permanencia de los actores dentro de la organización?

C) JUSTIFICACIÓN

Las organizaciones se encuentran presentes en nuestro día a día de manera permanente y casi imperceptible por lo común y familiar que son en nuestra vida, como lo indica (Hall, 1996) "Las organizaciones son un componente dominante de la sociedad contemporánea. Nos rodean. Nacimos en ellas y por lo general morimos en ellas. Es imposible escapar de ellas". (pág. 1) y es justo por la relevancia indiscutible que debemos estudiarlas y analizarlas de manera integral y desde diferentes perspectivas, en conjunto con el entorno de la organización y las implicaciones que tiene en y para los actores organizacionales, ya que "Las Organizaciones son el contexto en las que trabaja la gente. El desempeño de los individuos se ve configurado por este contexto" (Hall, 1996, pág. 7).

El interés por trabajar a las Mipymes y el neoliberalismo surgió de lo relevante que es este sector empresarial para nuestro país, y cabe mencionar que no solo por el aspecto económico, sino por el impacto y la importancia de conocer el contexto político, económico y social en el que vivimos y por lo tanto en el que las Mipymes se desarrollan, así como entender como fue la configuración de esta nueva realidad

neoliberal. Principalmente por la inquietud de comprender como es que las Mipymes en México accedieron a esta nueva dinámica neoliberal y como es que configuraron su participación.

D) MARCO TEÓRICO.

Las Mipymes por mucho tiempo solo se han analizado bajo una perspectiva económica, en la que su importancia radica en la cantidad de empleados que ocupa, así como porcentaje de PIB que proporcionan estas organizaciones, es decir como factor de producción, sin ir más allá en el entendimiento de una realidad organizacional específica y homogénea en todos los elementos que la componen. Es por esto que la presente investigación buscará un acercamiento a una organización desde una perspectiva organizacional, en la búsqueda de analizar y comprender una realidad organizacional específica a través del estudio de caso. Para poder iniciar este proceso es importante identificar a qué llamaremos Mipyme: De manera reiterada se habla de Mipyme como las micro, pequeñas y medianas empresas que como lo indica (Ayuzabeth & Igor, 2015, pág. 4)

La Mipyme representa más del 99% de los establecimientos económicos, genera alrededor del 60% de empleo, y contribuye al Producto Interno Bruto (PIB) con una cuota promedio de 40%; sin embargo, los retos de la Mipyme son vastos, y varían de una empresa a otra, de un sector a otro, de una región a otra, de un país a otro, de una década a otra.

Y es precisamente por lo citado anteriormente que el análisis de la realidad organizacional de una organización llamada Mipyme es tan relevante para el análisis organizacional, reiterando la especificidad de cada organización hay

algunos factores que se han identificado algunos retos para esta tipología organizacional , lo que no significa que sean la totalidad,ni esten presentes en todas las organizaciones, pero si dan la pauta para vislumbrar un poco de la complejidad de este campo organizacional.. Algunos de los cuales menciona Palomo citado por (Ayuzabeth & Igor, 2015, pág. 4)

- a) Poco acceso a los mercado de tecnología, recursos humanos, capitales y asistenciatécnica especializada;
- b) El escaso control sobre proveedores y clientes;
- c) La carencia de potencial financiero suficiente (por ejemplo se les dificulta acceder a emisiones de acciones o títulos de deuda):
- d) La insuficiente información sobre instrumentos financieros y no financieros (habiendo poca integración y duplicación entre ellos);
- e) El complicado diseño de políticas públicas eficaces debido a la heterogeneidad que caracteriza al sector de la Mipyme;
- f) Su naturaleza adaptable las lleva a ser fácilmente deformables sino cuentan con una estructura organizacional estable;**
- g) Minima capacidad técnica como la de las grandes empresas (las cuales poseen personal altamente especializado y buenos asesores en diferentes disciplinas);
- h) Pérdida de autonomía en caso de ser adquirida por grandes empresas;
- i) Dificilmente alcanzan los beneficios de las economías de escala, y

- j) Escasez de lineamientos específicos para su creación y desarrollo , es decir se recrean día a día sin el (aparente) sustento de una estrategia predeterminada.**

Como se mencionó anteriormente los puntos enunciados dan la pauta para acercarnos al entendimiento de esta realidad organizacional, por lo que para el presente caso de estudio se analizaron de manera específica el punto f y j, enfocados en la estructura y la estrategia.

Para poder dar una explicación teórica que permita analizar y reflexionar acerca de la estructura de la organización así como el ambiente turbulento (contexto) en el que la organización está desarrollándose es que se hará un acercamiento a la Teoría de la contingencia, ya que la variable de análisis que está presente en esta teoría, es la configuración estructural y el desempeño, lo que permitirá un mejor acercamiento teórico al objeto de estudio.

En nuestra realidad en donde las organizaciones deben jugar en un contexto en el que todo está conectado gracias a la tecnología, como lo indica (Pugh, 1973, pág. 28), "El contexto es un factor determinante-quizás en general el factor determinante-diseñando, moldeando y modificando la estructura de cualquier organización" Y en este contexto neoliberal actual en el que las organizaciones como en el caso de la empresa Web objeto de estudio para esta investigación, es una organización que de manera habitual tiene contacto con clientes y proveedores de otras partes del mundo, como son China, Corea, Alemania, España.

En resumen como lo indica (Pugh, 1973, pág. 28), "La estructura de la organización está en función de las variables contextuales", es decir no depende de una sola variable como se consideraba (la tecnología) y por lo tanto todo depende de muchos factores y de la relación de estas variables, es bajo esta perspectiva de análisis que se llevará a cabo la presente investigación

Son 3 los principios básicos de la teoría de la contingencia, que ayudarán a analizar a la organización objeto de estudio:

- La organización se adecua a su ambiente.
- La forma estructural depende de las variables ambientales.
- El ambiente determina la estructura de la organización.

El determinar que los 3 puntos anteriores serán los que guiarán el estudio metodológico del fenómeno organizacional es porque específicamente para el presente objeto de estudio se considera que es el ambiente, el contexto no sólo micro, sino macro, quien determina la estructura de la organización.

Como lo indica (Mintzberg, Ahlstrand, & Lampel, 1999, pág. 361) en la escuela ambiental, "Ahora tanto el liderazgo como la organización se subordinan al ambiente externo", entendiéndolo como "(...) todo aquello que no constituye la organización misma". (Mintzberg, Ahlstrand, & Lampel, 1999).

El contexto macro y micro está marcado por una corriente llamada Neoliberalismo, por lo que se desarrollará a lo largo del texto el contexto histórico del país en el cual fueron introducidas las políticas neoliberales, así como el contexto mundial del mismo, para poder sentar las bases al entendimiento de dónde venimos, tratando

de analizar y pensar hacia dónde vamos, desde la perspectiva del neoliberalismo, a donde han quedado las Mypimes y como encontrar la forma de mejorar las condiciones en las que juegan dentro del mundo neoliberal.

En la realidad económica, política y social hablamos del neoliberalismo como el contexto macro en el que la vida organizacional se desarrolla.

El neoliberalismo de acuerdo con David Harvey.

El neoliberalismo es, ante todo, una teoría de prácticas político-económicas que afirma que la mejor manera de promover el bienestar del ser humano, consiste en no restringir el libre desarrollo de las capacidades y de las libertades empresariales del individuo, dentro de un marco institucional caracterizado por derechos de propiedad privada, fuertes mercados libres y libertad de comercio. (Harvey, 2007, pág. 5).

Es importante situar estas prácticas en un espacio temporal, es decir identificar en que momento de la historia surgieron estos cambios en el entorno mundial y cuando fue su configuración en México específicamente y como es que las Mipymes configuraron su participación.

Retomando lo anteriormente indicado, estos cambios no fueron posibles si no hasta 1970 como lo indica (Harvey, 2007, pág. 9)

Desde la década de 1970, por todas partes hemos asistido a un drástico giro hacia el neoliberalismo tanto en las prácticas como en el pensamiento político-

económico. La desregulación, la privatización, y el abandono por el Estado de muchas áreas de la provisión social han sido generalizadas.

En el contexto de la organización objeto de estudio esta comprensión del espacio temporal es la que la ha llevado a ser capaz de convertirse en proveedora de servicios de call center para otros países, ese poder atender a personas con otra cultura, en otro uso horario, en un contexto completamente distinto, pero bajo las reglas y normas de una organización que si comparte todas estas características, que es quien subcontrata a una empresa pequeña en México para esto.

(...) "Se considera al ambiente de las organizaciones como un determinante principal de la estructura y procesos de éstas". (Hall, 1996, pág. 10)

En el caso de México la situación también comenzó a cambiar en 1970 como lo aclara (Harvey, 2007, pág. 107) "Pero el equilibrio de fuerzas comenzó a cambiar en la década de 1970. Los intereses comerciales reforzaron su posición independiente e intensificaron sus vínculos con el capital extranjero." Pero es en 1984 con la crisis económica que el país requiere de la "ayuda" de estos organismos internacionales de creación neoliberal que el contexto del país comienza a cambiar y por lo tanto la dinámica económica de las pequeñas organizaciones." En 1984 el Banco mundial otorgó a un país, por primera vez en la historia, un préstamo a cambio del compromiso de llevar a cabo reformas neoliberales estructurales" (Harvey, 2007, pág. 108).

Es importante tener presente que la mayor apertura de México a la competencia y a la inversión directa extranjera, se convirtió en elemento fundamental de las reformas del presidente Carlos Salinas.

Dado que la "globalización neoliberal, entonces, se basa en la libertad de los flujos de mercancías y capitales, y en la ausencia de intervenciones estatales a estos flujos. (Contreras Natera, 2015, pág. 16) es que las pequeñas empresas en nuestro país pueden jugar en un juego en el que siempre han estado en desventaja con la completa certeza de que el estado no intervendrá , más que para recabar la contribución que le corresponde, y teniendo esta dinámica del juego clara es que las mipymes en México entran al juego por entrar al juego no en búsqueda de ser un jugador digno, solamente busca jugar y ser parte del sistema global, ya que si no es así difícilmente podrá subsistir.

Es necesario entender que son las Mipymes, como concebimos a este tipo de organizaciones y como es que entendemos su participación en este contexto tan turbulento , así como a los actores organizacionales que reconfiguran su participación en, para y con la organización.

Para un mejor entendimiento del objeto de estudio es importante tomar en cuenta al actor como se mencionó anteriormente, dado que en la teoría de la contingencia no se hace hincapié de forma explícita, es que nos acercaremos a otras fuentes teóricas como Child lo incluye por medio de la elección de la estratégica, "...las

decisiones estratégicas de aquellos que tienen el poder de iniciación estructural: la coalición dominante.

“...el ejercicio de elección estratégica de la coalición dominante se refiere a un proceso cuya primera etapa es la evaluación de la posición de la organización por parte de los miembros de la coalición: qué expectativas presentan los proveedores de recursos, como los accionistas comerciales, qué es la tendencia de los eventos en el entorno, cuál ha sido el desempeño reciente de la organización, la similitud de su configuración interna actual, etc. , (Child, 1995, pág. 415)

Es a través del análisis de los factores bajo esta perspectiva que se busca comenzar el análisis de la realidad organizacional de la organización objeto de estudio y para continuar bajo esta perspectiva necesaria del análisis del actor organizacional es que se recuperara la perspectiva del Análisis estratégico de Crozier y Friedberg , en donde ponen sobre la mesa la importancia del actor, la libertad y las relaciones de poder, así como a Castells para hablar del actor o individuo global.

Se tiende a dar por sentado que las organizaciones tienen un comportamiento basado en la racionalidad, asumiendo un funcionamiento de tipo mecánico. Esta noción se modifica cuando se pone de manifiesto que la pieza principal del sistema mecánico es el hombre, ya que su comportamiento es de naturaleza compleja, siempre tiene un mínimo de libertad y la usa para combatir al sistema, el humano a su vez define su comportamiento en función de las relaciones informales que establezca dentro en su actividad, (Crozier & Friedberg, 1990). Es fundamental para el entendimiento de la realidad organizacional de la empresa X objeto de estudio lo indicado por Crozier y Friedberg.

Una situación organizativa determinada nunca limita totalmente al actor. Este conserva siempre un margen de libertad y de negociación, y gracias a este margen de libertad (que significa fuente de incertidumbre tanto para sus agremiados como para la organización en su conjunto), cada actor dispone de poder sobre los otros actores, mismo que será más grande cuanto más pertinente sea para éstos la fuente de incertidumbre que aquél controla, es decir, que los afectará de una manera más sustancial en sus propias capacidades para jugar y perseguir sus estrategias. **Su comportamiento se puede y se debe analizar como la expresión de una estrategia racional que tiende a utilizar su poder lo mejor posible para aumentar sus "ganancias" a través de su participación en la organización,** (Crozier & Friedberg, 1990, pág. 76)

En la actualidad debemos hablar del actor organizacional como actor organizacional global, del individuo que tuvo que reconfigurar su participación en esta nueva dinámica social, política y económica que el contexto neoliberal exige.

Se debe poner atención y analizar qué consecuencias o que como se está configurando la participación de los llamados actores o individuos globales, ya que aunque no se tiene totalmente claro que significa, el trabajo se configura en organizaciones que de alguna u otra forma tienen contacto con los otros que son el primer mundo o desarrollados, frente a los llamados tercer mundo o subdesarrollados.

Que se pone en juego al ser participantes como individuos globales, se expande el entendimiento de la realidad a una concepción macro, se pierde identidad, al final no se trata de satanizar estas nuevas formas, pero sí de estar conscientes de los cambios sociales y culturales que llevan implícitos estos cambios individuales.

Surgen con esto nuevas formas organizacionales, en donde (Castells, 2005, pág. 5) "La flexibilidad, expresada desde el punto de vista organizativo por la empresa red, requiere trabajadores en red y a tiempo flexible, así como una amplia gama de relaciones laborales, incluidos el autoempleo y la subcontratación recíproca. La geometría variable de estas relaciones laborales conduce a la descentralización coordinada del trabajo y a su individualización".

La individualización en donde el lugar de trabajo ya no representa ese lugar donde se reproducen prácticas sociales de convivencia, ya que el trabajo gracias a la tecnología en red, puede ser realizado en cualquier parte, no se necesita estar en un lugar de trabajo específico, con esto la dinámica laboral y social se modifica y tiene como consecuencias específicas en la modificación de las concepciones del trabajo y las relaciones laborales, "Los nuevos paisajes de este tipo de producción se caracterizan por la desindustrialización, la hipertecnologización y la deslocalización productiva, con sus consecuentes afectaciones en el ámbito del trabajo: precarización, desafiliación y pauperización laboral" (Contreras Natera, 2015, pág. 25)

En este contexto de individuo global en donde debe hablar el idioma universal de los negocios (el ingles), debe saber manejar la tecnología, computadora, sistemas informaticos, smartphone, etc,estar dispuestos a trabajar en horarios nocturnos o que permitan continuar con la actividad de la organización en cualquier parte del mundo, si no se cumple con estas características minimas por llamarlos de alguna manera, la sociedad excluye al actor, pero mientras el individuo sea un individuo

que se pueda adaptar al cambio podrá permanecer vigente por llamarlo así , dentro de esta dinamica, como lo indica (Castells, 2005, pág. 7) “Quien posee educación, en el entorno organizativo apropiado, puede reprogramarse hacia las tareas en cambio constante del proceso de producción”, porque si no se es un individuo global que pueda tratar con otros individuos globales, será excluido, y quizá no de manera tan directa sino generando individuos que se muevan constantemente en varios puestos de trabajo generales, sin continuidad en las relaciones laborales, ya que estarán dentro y fuera del trabajo remunerado pasando al trabajo informal de forma constante, pero, ¿en donde dejamos a la pluralidad que hace más enriquecedor el contacto?, porque en el caso de los individuos de la organización objeto de estudio no buscan conocer esa pluralidad sino parecerse mas a los otros, al primer mundo para aparentar merecer estar en esta relación comercial por que somos iguales, pero como lo indica (Díaz Polanco, 2015, pág. 18)“ La pluralidad (...) la admirable y , en cierto modo, asombrosa virtud humana del reconocimiento del otro; esto es, de encontrar valor en la identidad ajena”. La pregunta es esta dinamica neoliberal nos permite reconocer al otro y el valor de su identidad o unicamente se convierte en un escalon dentro de este proceso mercantil en que todo se ha convertido “ reconocimiento del otro, una fecha profética de algo que aún está en el futuro; el olvido de sangre y de naciones, la solidaridad del género humano” (Díaz Polanco, 2015, pág. 22), la pregunta es llegaremos a ese futuro, será posible, ¿qué cambios se requieren? y no solo en lo social, en lo economico, en lo politico.

Colocarse en el lugar del otro (que puede ser extraño y con quien a primera vista no compartimos convicciones o propósitos) y hacerlo con compasión, admiración o gozo humanos: he aquí el resorte esencial del logro. El reconocimiento de un valor en el otro es la primera señal discernible de que ese valor está también en nosotros mismos. La prueba del ácido de alguna universalidad posible es la diversidad que la convoca incansablemente. (Díaz Polanco, 2015, pág. 23)

Al estar inmersos en el contexto neoliberal como las Mipymes de nuestro país pueden aprovechar la diversidad al tener contacto con otras culturas para ganar en lugar de perder identidad y parecerse más a ese constructo llamado individuo global o es como lo indica (Díaz Polanco, 2015, pág. 26) "Esta fase globalizadora(...) trata de aprovechar la diversidad a favor de la consolidación del sistema y, específicamente, de los grandes negocios corporativos". pareciera que la felicidad o armonía esta en relación directa con el grado de homogenización cultural, al menos en la actualidad eso se percibe .

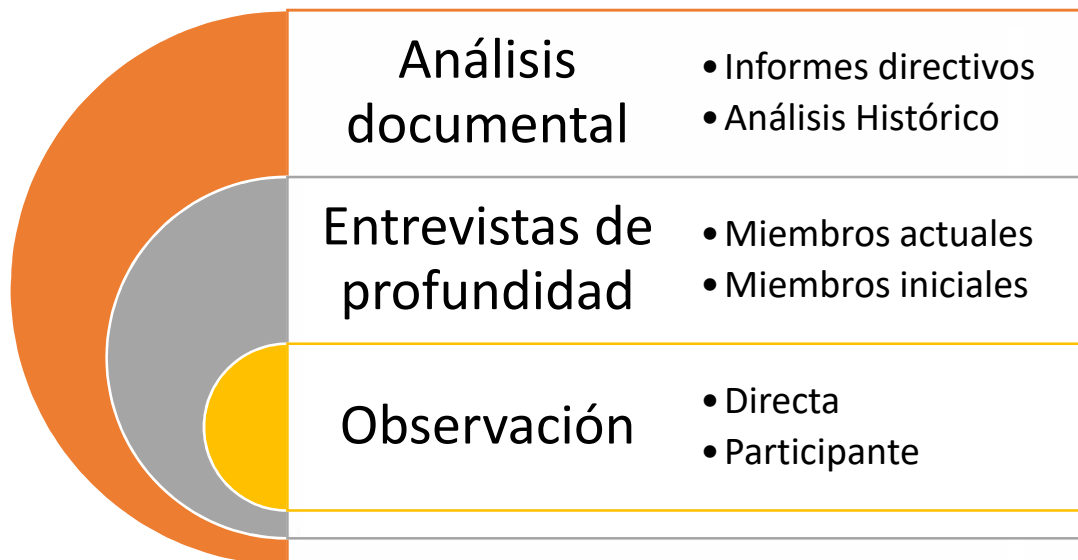
Coincido con (Díaz Polanco, 2015, pág. 34) " El nuevo contexto obliga a recomponer o readecuar los pilares tradicionales de la comunidad (como los sistemas de cargo tradicionales), al tiempo que la estructura comunitaria se apoya ahora en nuevas pilastras (...)., es decir resignificarnos como sociedad en este nuevo contexto mundial, que no es cualquier cosa, hablamos de participar, entender nuestra participación y trabajar nuestra realidad bajo las nuevas concepciones de lo global y lo nacional.

Bajo esta perspectiva es que podemos analizar las situaciones dentro de la organización objeto de estudio y poder lograr un mejor análisis y acercamiento al entendimiento.

E) ASPECTOS METODOLOGICOS

La ruta que se seguirá en el presente trabajo de investigación es el análisis a través del estudio de caso. Como lo indica Barba, citado por (Lozano Carrillo, Niebla Zataín, Cisneros Martínez, & De la Rosa, 2011, pág. 38) "El estudio de caso tiene importancia relevante como método articulador del dato y la teoría, a través de este se puede intentar crear una serie de hipótesis que en otros contextos concretos deben verificarse". Es justamente por esta bondad de relacionar la teoría y los datos que el investigador evidencie durante la investigación, buscando que el lector no solo escuche al autor, sino que pueda generar un juicio independiente basado en la evidencia.

Se llevará a cabo la obtención de datos a través Análisis documental de Entrevistas a profundidad, Observación participante y directa.



Fuente: Elaboración propia (Cuadro 1)

F) FACTIBILIDAD

La compañía en donde se realizará el estudio de caso es una empresa pequeña que llamaré "X" dedicada a la instalación de dispositivos de rastreo satelital creada en el año 2008 por 2 amigos, la empresa inició actividades con una alianza con otra empresa canadiense que ya contaba con la experiencia, el sistema y el producto para vender.

Podemos notar que desde su creación es una organización que configuró su participación en el mercado en un contexto global, bajo dinámicas de mercado internacionales.

Es factible la investigación ya que el autor del presente trabajo laboró en la organización por 6 años aproximadamente, por lo que se cuenta con el apoyo y acceso a la organización por parte de los directores de la misma.

La función de la empresa "X" era proporcionar la atención al cliente y los controles administrativos, ya que el producto llegaba a oficinas listo para instalar.

La empresa inició actividades con una plantilla de personal pequeña, que incluía, los dos dueños, un Director de Operación y control, un Gerente de Planeación, un supervisor de Call center con cuatro operadores telefónicos a su cargo, Dos Ejecutivos de atención a clientes, una persona encargada del almacén y recepcionista, en total 13 personas que se encargaban de cumplir con el servicio.

La empresa inició trabajando únicamente con un cliente grande, una aseguradora, a la cual se le vendió la idea de que la empresa contaba con todos los recursos humanos y materiales para garantizar el servicio que requerían para su volumen de clientes, (los asegurados).

Se crearon Manuales, organigramas, políticas, etcétera todo lo necesario que exigía el cliente (aseguradora) para permitir ser parte de su plantilla de proveedores, se vendió al cliente la existencia de un sistema perfectamente estructurado y en funcionamiento que garantizaría el cumplimiento del servicio, la realidad es que en el día a día ese sistema no siempre se ponía en práctica, existían otras formas de llevar a cabo las actividades.

La empresa comenzó a crecer, logrando contratos con nuevos clientes, igual o más grandes que con el que inicio, como otras aseguradores y armadoras de vehículos, todo bajo el mismo esquema vendiendo una organización totalmente estructurada de acuerdo a las prácticas de la administración, aunque en la realidad funcionaba diferente.

En el 2012 surgen problemas con la empresa canadiense que proveía el sistema y el producto a instalar, por problemas de pago de sus servicios y en menos de 6 meses se rompe todo contacto, lo que conllevó a que la empresa "X" buscara la manera de seguir en el mercado, se tomó la decisión de desarrollar un sistema y localizador propio. Debido a la premura del cambio no se tuvo el tiempo de desarrollar el localizador, por lo que se decide comprar equipos de China y desarrollar el programa para el manejo de los localizadores, se llevó a cabo la transferencia de todos los equipos instalados en años anteriores al nuevo sistema que aún no estaba concluido.

Durante el tiempo de transición y acoplamiento a las nuevas condiciones (sistema y localizador) la empresa paso por altas y bajas que impactaron en el cotidiano funcionamiento de la empresa. Mi estancia en la empresa permitió observar cómo se iban y venían clientes y colaboradores, de tal manera que siempre seguía habiendo clientes y trabajando de la misma forma.

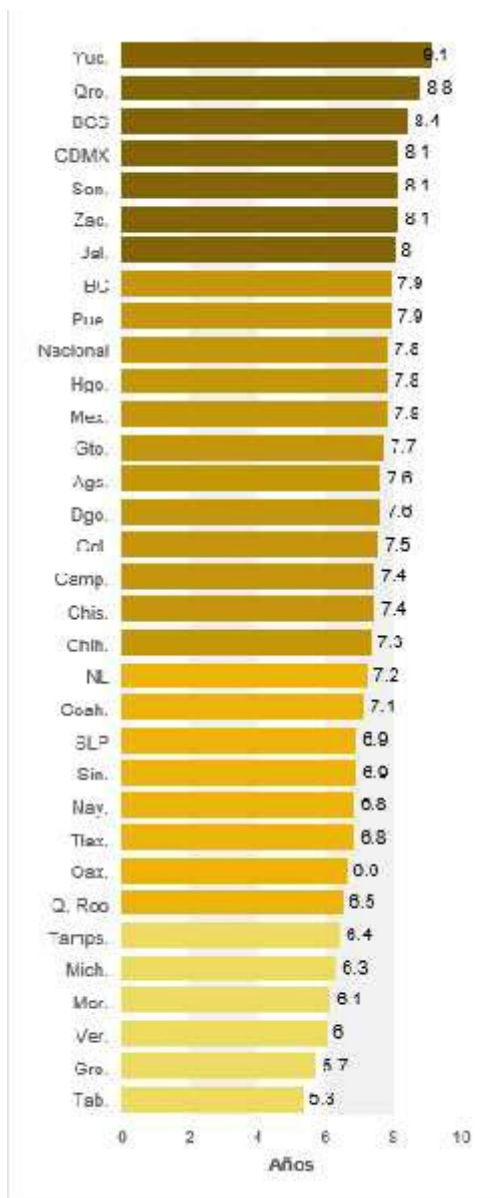
En los últimos dos años de los seis que permanecí en la empresa los inconvenientes en la operación diaria se iban agudizando volviéndose más y más comunes, pero siempre de una u otra manera se lograba que el impacto negativo para con el cliente fuera el menor posible, aunque de todas formas siempre lo había, en muchas ocasiones con un costo monetario elevado.

Desde el punto de vista de la administración tradicional, la empresa tenía muchos problemas y oportunidades de mejora en las distintas áreas, algunos de los más importantes se describen a continuación:

- Continuamente no se respetaba el principio de Unidad de mando dentro de la empresa.
- Los trabajadores estaban registrados en el IMSS con un sueldo mínimo.
- En varias ocasiones la empresa dejó de pagar la seguridad social y hubo accidentes que comprometían la salud de los empleados.
- Los trabajadores tenían un horario de entrada que estaban obligados a cumplir para no tener sanciones económicas, pero no horario de salida.
- Se contrataba personal para la instalación de los localizadores, que no tenían el perfil requerido y sin instrucción enfocada al ramo automotriz.
- El personal de instalación continuamente llegaba tarde a las citas con los clientes.
- Continuamente la empresa indicaba tenía inconvenientes económicos y no se pagaban sueldos completos, algunas ocasiones no se pagaba nada de sueldo.
- Frecuentemente no había localizadores o material indispensable para instalar, por lo que los empleados compraban ellos mismos el material para poder continuar.
- Había descontrol en el manejo de los inventarios, el personal técnico podía tomar el material que considerará pertinente.
- Se vendían productos y servicios que la empresa no tenía.
- Los clientes se sentían defraudados, hasta llegar a las denuncias penales.
- Se presionaba al cliente de tal manera que este prefería regalar el dinero que seguir con un servicio incompleto y que no contrató.

- El sistema en el que se manejaban los localizadores frecuentemente tenía problemas y se caía (como se dice informalmente).
- Se mezclaba y perdía información de los clientes constantemente.
- Se dejaba de dar el servicio a nuestros clientes por horas y hasta días.
- Los proveedores dejaban de surtir los distintos productos y servicios porque no se les pagaba de acuerdo a lo acordado, incluyendo servicios tan básicos como (luz, teléfono, localizadores, etcétera).

A pesar de lo que se podría pensar y de todos los inconvenientes resultantes de lo anteriormente listado, la empresa funcionaba y sigue funcionando al día de hoy, y acaba de cumplir 10 años en el mercado, cuando todos los indicadores muestran que la esperanza de vida nacional de las llamadas Mipymes es de 7.8 años en promedio.



Fuente : INEGI 2014¹ (Cuadro 2)

Al analizar las anteriores situaciones, se observa que existe una contradicción entre lo que el sentido común, y la administración tradicional marca, y lo que esta empresa X realiza, sin embargo es evidente que algo está funcionando bien, o de otra manera la organización ya hubiera desaparecido. Existen muchos mitos con relaciona las

¹ <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/Investigacion/Experimentales/esperanza/default.aspx>

pequeñas empresas en México (Ayuzabeth & Igor, 2015, pág. 4) . En las Escuelas de Administración se enseñan las técnicas tradicionales, que la mayoría de las veces no sólo son inadecuadas para dirigir a las empresas, sino que además confunden a los administradores al hacer pensar que las organizaciones están mal, y que deben cambiar. Se vuelve entonces necesario el analizar casos como el de la empresa X para entender que está ocurriendo con las empresas hoy en día, en un país como este, y en un mundo global como en el que vivimos y que no será nada fácil conforme siga avanzando.

Bibliografía

- Ayuzabeth , D., & Igor, R. (2015). *La Mipyme a debate*. México: Competitive Press S.A de C.V.
- Castells, M. (2005). *Conclusión:Entender Nuestro Mundo en: La era de la Información. La Sociedad Red*. México: Siglo XXI.
- Child, J. (1995). *Organizational structure, environment and performance: the role of strategic choice en Donaldson; Lex, Contingency Theory,*. Cambridge: Darmouth.
- Contreras Natera, M. Á. (2015). *Crítica a la Razón Neoliberal*. México: Ediciones Akal SA de CV.
- Crozier, M., & Friedberg, E. (1990). *El actor y el sistema*. México: Alianza.
- Díaz Polanco, H. (2015). *El jardín de las Identidades*. México: Grupo Editor Orfila Valentini SA de CV.
- Hall, H. R. (1996). *Organizaciones.Estructuras, procesos y resultados*. Prentice Hall.
- Harvey, D. (2007). *Breve Historia del Neoliberalismo*. Madrid-España: Ediciones Akal S.A.
- Lozano Carrillo, O., Niebla Zatatain, J. C., Cisneros Martínez, L. F., & De la Rosa, A. A. (2011). *Metodología y Estudio de la empresa Familiar*. México: Grupo Editorial HESS, S.A de C.V.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (1999). *Safari a la Estrategia*. México: Granica.
- Pugh, D. (1973). The measurement of organizations structures.Does context determine form? *Organizational Dynamics*, 19-34.

La venta directa frente a la dinámica organizacional posmoderna

Modalidad: Protocolo de Investigación

Catalina Santiago González

UAM- Iztapalapa

Av. San Rafael Atlixco 186, Leyes de Reforma 1ra Secc, 09340 Ciudad de México.

“La venta directa frente a la dinámica organizacional posmoderna”

Resumen

Ante los retos que trajo como consecuencia la posmodernidad con la digitalización de procesos comerciales y sociales, las empresas de venta directa han recurrido a reforzar su dinámica organizacional con la institucionalización de elementos propios de la familia, para mantener en equilibrio el comportamiento organizacional de los actores que en estas empresas participan. Sin embargo para poder analizar estas situaciones organizacionales y visibilizarlas ante las miradas poco expertas en el medio de la venta directa, es necesario recurrir a la posibilidad de un trabajo interdisciplinario que incluya a los Estudios organizacionales desde una perspectiva organizacional, a la comunicación organizacional y a la comunicación como disciplina. De este modo podremos utilizar unidades de análisis más cercanas a la complejidad simbólica que las redes de venta directa han estructurado a través de la institucionalización de la familia.

Palabras clave

Estudios Organizacionales, Institucionalización, Empresa Familiar

Justificación

El presente proyecto propone desarrollar fórmulas de análisis que permitan identificar los factores que inciden en el proceso de consumo en la venta directa y su confrontación con la posmodernidad. Hasta el momento y en un primer análisis, decimos que el vendedor tiene ciertas habilidades que le permitían desempeñar su oficio en un contexto determinado, sin embargo el ambiente dentro y fuera de las organizaciones de venta directa (V.D.) está expuesto a evolucionar. Es decir, si analizamos el surgimiento de la V.D., identificado hasta ahora en el siglo XIX, podemos apreciar que tanto los productos que se ofrecen, el perfil del vendedor (actor organizacional) y por ende la estructura organizacional han cambiado. Esta propuesta pretende estudiar los factores determinantes para esta adaptación de las organizaciones de venta directa a través de sus redes de vendedores independientes (V.I.), en los contextos cambiantes a lo largo de la historia de la venta directa, sobre todo el desarrollo de la dinámica organizacional ante sucesos, factores y/o características parecidas que han definido sus pautas a seguir, analizando el perfil de las nuevas habilidades y herramientas de la venta directa frente a la posmodernidad. Este aspecto es de suma importancia ya que si comprendemos que el vendedor tiene que adquirir habilidades y herramientas que le permitan realizar su oficio en el contexto actual llevando a cuentas la diversificación del consumo nos permitirá comprender la perfecta simbiosis entre un oficio tradicional y los nuevos mercados emergentes. Ya que en el caso de la V.D. Estamos hablando de un sector de la economía que produjo unos 69,420 millones de pesos entre el 2015 y el 2016 en México, por lo tanto este trabajo tiene un doble impacto: el económico que incide en un sector de la sociedad muy amplio (proveedores, transporte y reparto de pedidos, logística, publicidad y soportes digitales etc.) y el social, ya que tan solo en México son aproximadamente 2

600 000 de personas que tienen un contrato con una organización de V.D. en al menos una empresa, pero entre el 40% y el 50% de estas personas distribuyen productos de más de una empresa o marca.

Con base en estos números el hecho de que V.D. se apoya en un sistema de venta basado en un vendedor con “vulnerabilidad económica”, promoviendo una ilusión utópica de gran poder adquisitivo con poco esfuerzo y una gran e interminable flexibilidad laboral. Este factor será analizado para intentar determinar qué perfil real tiene el sujeto que tiene actividad en la V.D.; pues, hay sujetos que no responden a este perfil, como puede ser alguien que solo busca un ingreso extra.

La visión principal de este trabajo es analizar los factores que inciden en el proceso consumo de venta directa en los espacios emergentes que generó la posmodernidad y en la dinámica global de comercio. En este sentido hablar del papel de la venta directa en los hogares y la incidencia que tienen los recursos obtenidos a través de esta; nos remonta a valorar la actividad comercial de un gran número de civilizaciones como motor y vehículo de desarrollo social, cultural, educativo y económico. Sin embargo, a lo largo de la historia, la dinámica social y la creación de nuevos espacios virtuales de comercio, como las llamadas “redes social” como canales de comunicación, demandan una evolución de los oficios que se relacionan con estas actividades, a pesar del auge que pudieran alcanzar en su fase tradicional, este es el caso de la venta directa.

Es cierto que la V.D. tiene sus orígenes en el viejo continente, para ser más exactos en el año 1883 con la empresa alemana Vorwerk, dedicada en principio a ofrecer alfombras y que hoy tiene una gran selección de productos alta gama para el hogar e

incluso cosméticos de Jafra¹. Pero su desarrollo y expansión económica se dio en América, con la primera empresa americana en apostarle a la venta directa, Avon Company en 1886 en Estados Unidos de Norte América (Avon). Empresa que también se expandiría a México, junto con Stanhome y Tupperware, y a su paso literalmente han “Cambiando vidas”, ya que los recursos económicos han venido a cubrir necesidades económicas básicas de los hogares, además de fomentar la independencia económica y la autoestima de los vendedores independientes.

Razón por la que las Ciencias Sociales a través de los Estudios Organizacionales, deben prestar atención a este fenómeno de desarrollo social y económico que impacta directamente en el poder adquisitivo familiar, además que trabajado como método de inserción laboral para los sectores sin actividad económica o educativa (NiNis) podríamos dar propuestas reales para el combate de problemas sociales recurrentes desde una gran variedad de espacios de acción. Además de innovar en la reestructuración de los oficios tradicionales como la venta directa, garantizando su permanencia y evolución, con lo que evitaríamos aumentar problemas sociales ya existentes como el desempleo, la delincuencia y la exclusión de personas con grandes capacidades comerciales, que no han tenido la fortuna de acceder a una institución que certifique sus competencias para laborales, limitando su posibilidad de adquirir experiencia en un campo laboral tan enriquecido por las dinámicas globales y organizacionales de comercio. Porque ese es otro de los beneficios de la venta directa, que a este sector no le restringe el acceso prácticamente ningún tipo de personas, ya

¹ De acuerdo con los datos obtenidos en la sitio web oficial de (Volwerk)

que no tiene límite de edad, escolaridad, origen étnico, género (en algunos casos), estado civil, religión, años de experiencia etc. teniendo estas características es pertinente despertar al “Gigante dormido” que tenemos a mano y que aún tiene mucho dar.

Pregunta de investigación

¿Cuál es la dinámica organizacional de las redes de venta directa frente a la posmodernidad?

Planteamiento del problema

En la carrera por la virtualización de muchos de los procesos sociales y comerciales que ya conocíamos en su auge interpersonal como los oficios tradicionales rentables, ha entrado en crisis ya que la dinámica social y la de mercados emergentes les demanda “renovarse o morir”, por lo que plantear una estrategia de contingencia para estos oficios es necesaria; este es el caso de la V.D. a través de sus redes de venta y sus V.I. Ya que si este oficio desapareciera, por la incursión del marketing 3.0 arrolladoramente digital en el comercio, y su lenta asimilación en los vendedores independientes, representaría una pérdida económica aproximada de unos 69,420 millones de pesos de acuerdo a los datos obtenidos entre el 2015 y el 2016, periodo en el que además este sector reportó un crecimiento del 5.5% con respecto al 2014-2015. Indicadores que ubican a México en el séptimo mercado más importante para la venta directa a nivel mundial y en el segundo mercado más productivo económicamente entre centro y Suramérica.

Esta investigación propone desarrollarse en Pachuca, Hidalgo en la época actual (2018-), debido a que el universo de la venta directa tiene dimensiones mundiales y no sería viable abarcar un espacio geográfico más grande, eso y que en un acercamiento previo, se pudo identificar grandes oportunidades para establecer contacto con vendedores independientes, gerentes y coordinadores de redes de V.I. de marcas como: Avon Cosmetics México, Stanhome, Tupperware, Fuller, Mary Kay, Herbalife, Royal Prestige, Amway, Jafra, Arabela, Oriflame, Yves Rocher, Natura, Betterware, Home interior, Organogold, Esika, L´bel, Cyzone, entre otras marcas que no se definen a sí mismas con el concepto de venta directa, la cual es definida por la AMDV como:

“La comercialización de bienes de consumo y servicios directamente a los consumidores, mediante el contacto personal de un agente de comisión o mediador mercantil independiente, generalmente en sus hogares, en el domicilio de otros, en su lugar de trabajo, fuera de un local comercial” el cual “constituye un dinámico canal de distribución, cuyo desarrollo ha contribuido al fortalecimiento de las economías de los diferentes países en los que se desarrolla, mediante la comercialización de productos y servicios directamente a los consumidores.” (AMVD)

Entre otras marcas con las que se podría establecer contacto con sus vendedores independientes son: Andrea, BL shoes, Price shoes, Vicky Form, Ilusion, Vianey, Concord, Providencia y Regina; esta vinculación es importante ya que conviven en la misma dinámica comercial y social. Estos posibles contactos tendrán una gran importancia científica para el análisis de habilidades y herramientas del vendedor, además de brindar la posibilidad de generar una bola de nieve que nos acerque a más

sujetos-objetos de investigación, para recoger sus mejores aciertos en la adaptación a los espacios virtuales y globales de comercio en la región.

Uno de los propósitos de esta propuesta es visualizar el impacto social, laboral, económico y por supuesto organizacional de esta modalidad de comercio, misma que está siendo considerado por naciones en perpetua crisis socioeconómica como es el caso de España, donde la AVD ² y la Universidad Complutense de Madrid, han unido fuerzas creando el curso de Gestión y Dirección de Empresas de Venta Directa, con la pretensión de sacar del paro³ a un gran número de españoles a través del emprendedurismo y el autoempleo.

Objetivo general

Analizar la dinámica organizacional de las redes de venta directa y su confrontación con los escenarios emergentes de comercio que genera la posmodernidad.

Objetivos específicos

- 1.- Observar y describir la estructura organizacional de las redes de venta directa.
- 2.- Examinar cómo se ha dado el comportamiento de las redes de venta directa en los escenarios emergentes de comercio en Pachuca, Hidalgo.

² Asociación de empresas de venta directa, fundada en España en los años 70.

³ La palabra Paro en España es el sinónimo mexicano de desempleado o sin ninguna actividad económica. <http://negocios.uncomo.com/articulo/que-es-el-paro-en-espana-19005.html>

3.- Analizar el impacto que los escenarios emergentes de comercio han tenido en la dinámica organizacional de las redes de venta directa abordadas.

Marco teórico - conceptual

Para poder entender la venta directa y su contexto es necesario partir de la conceptualización de este fenómeno, la descripción de lo que es el proceso/ciclo de venta directa. Con base en lo publicado por la World Federation of Direct Selling Associations, entendemos que conceptualiza a la venta directa como:

“La venta directa es un canal de distribución utilizado por las mejores marcas globales y las más pequeñas, empresas de nuevas tecnologías para comercializar productos y servicios a los consumidores. Empresas comercializan todo tipo de bienes y servicios, tales como joyería, utensilios de cocina, productos nutricionales, cosméticos, artículos para el hogar, la energía y los seguros, y mucho más.” (WFDSA, 2016)

Lo cual concuerda con lo que la Asociación Mexicana de Venta directa plantea con forme al manejo de productos en este “canal” de distribución, donde

“La comercialización de bienes de consumo y servicios directamente a los consumidores, mediante el contacto personal de un agente de comisión o mediador mercantil independiente, generalmente en sus hogares, en el domicilio de otros, en su lugar de trabajo, fuera de un local comercial”. (AMVD)

Es decir, que la comunicación entre el vendedor es fundamentalmente interpersonal y cara a cara, apoyada en habilidades y herramientas que pueden o no

ser instruidas por las empresas a las que les comercializan sus productos, las cuales se enfrentan al reto de la cambiante dinámica de los mercados y a la adaptación de nuevos espacios virtuales de comercio. Esta situación puede o no beneficiar la estrategia personal del vendedor independiente o inclusive provocar que el mismo vendedor se plante una reestructura de su modus operandi comercial. Situación que la misma WFDSA reconoce y describen de la siguiente manera:

“El canal de venta directa al por menor que difiere de manera importante. No se trata sólo de conseguir grandes productos y servicios en manos de los consumidores. Es también una avenida donde las personas con mentalidad empresarial pueden trabajar de forma independiente para construir un negocio con una baja de puesta en marcha y los gastos generales. Consultores de ventas directas trabajan por su cuenta, pero afiliado con una compañía que utiliza el canal, que conserva la libertad de ejecutar un negocio en sus propios términos. Consultores forjar sólidas relaciones personales con los clientes potenciales, principalmente a través de discusiones y demostraciones cara a cara. En esta era de las redes sociales, la venta directa es una estrategia de salida al mercado que, para muchas empresas y líneas de productos, puede ser más eficaz que la publicidad tradicional o asegurar espacio en las estanterías de primera calidad.” (WFDSA, 2016)

Pero la venta directa se desarrolla en un proceso de venta particular y diferenciada de otros tipos de mercadeo, ya que busca ser un proceso cíclico que perpetúe la permanencia del vendedor independiente en este sistema de venta directa.

Esta conclusión deriva de los resultados arrojados de un acercamiento anterior al universo de la venta directa en México, y que nos permite realizar un bosquejo inicial de lo que podría ser su ***dinámica organizacional*** en el ciclo de venta directa, cuya observación participante se realiza desde 2012 hasta el 2015, sin embargo el contacto se estableció desde el 2011, resultados que se exponen a continuación.

“El proceso de venta directa tradicional, se puede describir como un fenómeno cíclico, ecléctico y diverso en cada una de sus representaciones, que concluye cuando el cliente realiza el pago total de la compra y se convierte nuevamente en comprador potencial” (Santiago González, 2015)

Las etapas de este ciclo se pueden enlistar de la siguiente manera:

- Identificación de cliente potencial

El cliente se define de acuerdo al sector al que pertenezca el producto comercializado, después se toma en cuenta las características particulares y novedosas a promover.

- Reconocimiento de áreas de oportunidad

Una vez identificado el cliente potencial se procede a realizar un mapeo de los gustos, necesidades, inseguridades o problemas relacionados con el producto o marca que se esté comercializando.

- Planificación de estrategia personalizada

Cuando ya se ha realizado lo anterior se formula una lista con propuestas de productos a promover, esta lista debe ser personalizada y focalizada a los

deseos del prospecto de cliente. En algunas ocasiones sus intereses no están enfocados a su persona, sino a alguien cercano y que algunas veces no se encuentra presente, pero es obligación de los vendedores independientes tenerlos en cuenta para potencializar sus ventas.

- Desarmar al cliente con estrategias de persuasión

A pesar de que todo el trabajo anterior sea muy bueno y probablemente efectivo, las condiciones económicas y sociales, no favorecen el cierre de la venta. Lo importante en este paso es la persuasión, y que esta a su vez no cree conflicto con su contexto.

- Elaboración de pedido

Se enlistan todos los artículos solicitados por el comprador, junto con las características específicas que son requeridas y en algunos casos hasta las opciones de cambio por inventario limitado.

- Entrega de producto

La puntualidad y a entrega íntegra y en condiciones óptimas del producto es de vital importancia en este paso ya que la imagen de la marca y del vendedor independiente se pueden ver comprometidas.

- Proponer recomendaciones de uso del producto

La correcta asesoría del modo de uso y el consumo responsable del producto es clave para afianzar la fidelidad del cliente y la eficiencia del producto.

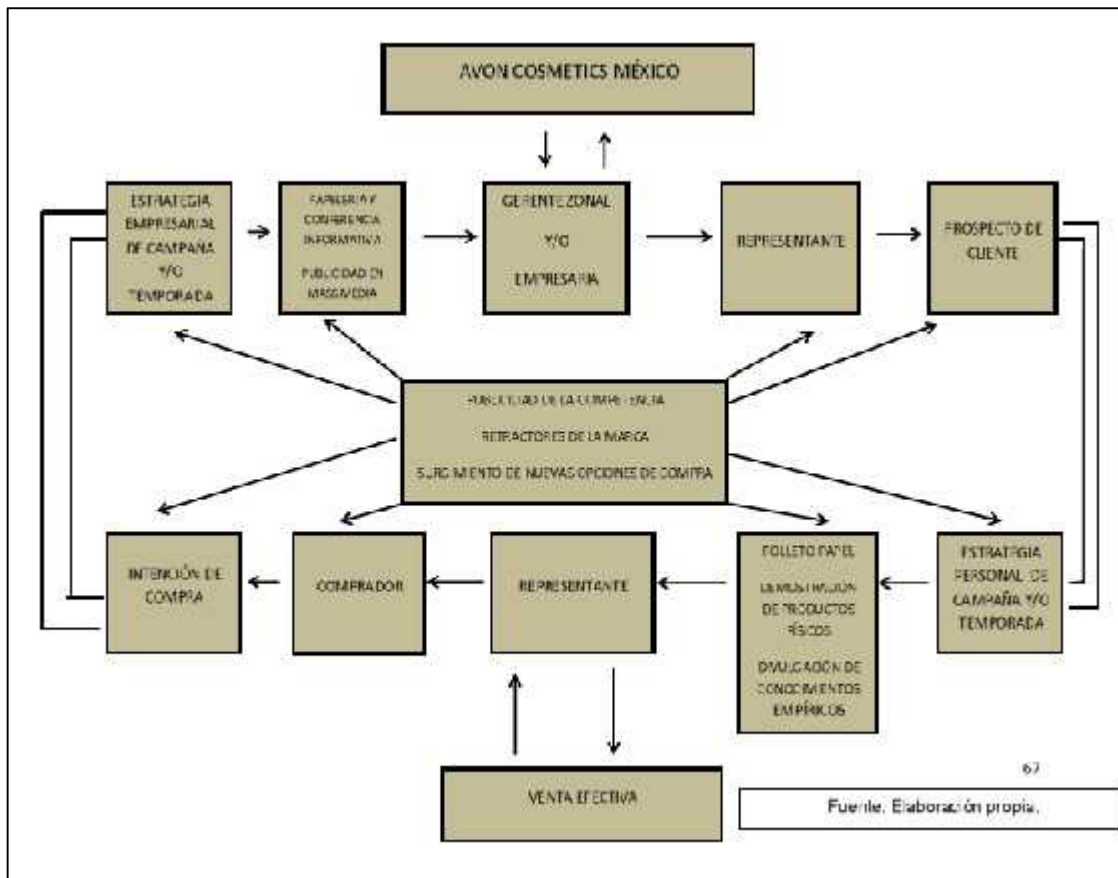
- Pago total del pedido entregado

Este ciclo de venta no se encuentra cerrado hasta que se realiza el pago por el total los productos entregados, lo ideal es que sea al momento de la entrega, pero en la mayoría de los casos reales se da en parcialidades.

*Atención posventa

Este punto es muy importante, ya que refleja una atención personalizada y genera confianza y cercanía con el cliente, propiciando nuevamente el ciclo de venta.

La comprensión y ejecución este ciclo, es vital para la permanencia en la preferencia del mercado meta, además de ser indicador de que está lista para evolucionar e incrementar su cartera de clientes y la oferta de productos que maneja, además de crear bases sólidas que le garanticen una amplia vigencia como comercial independiente, posicionándose como la opción recurrente de los compradores.”



Fuente: (Santiago González, 2015)

Proceso que se puede ver ejemplificado en el modelo de proceso comunicativo que propone Santiago en el mismo trabajo donde explica el ciclo de la venta directa, modelo que se desenvuelve en el mismo contexto geográfico, al que se propone analizar en esta investigación, pero aplicado en la empresa de venta directa de mayor tradición en México y con gran presencia mundial, Avon Cosmetics. Modelo que nos permite identificar el punto de partida para la identificación de la **estructura organizacional** de una red de venta directa a través del comportamiento de los **actores organizacionales**. Este modelo representa la versión tradicional del proceso comunicativo que realiza el

vendedor independiente en Avon Cosmetics México, en este mismo trabajo analiza y explica cada elemento de este proceso y que a continuación presentaremos.

- MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN - Avon Cosmetics México

A pesar de que en su esencia más pura, la empresa Avon Cosmetics no cumple con todas las características de un mass media, si comparten elementos estratégicos que nos permiten crear una analogía.

- FUENTE - Estrategia empresarial de campaña y/o temporada

En la venta directa los objetivos a seguir suelen ser cambiantes y cíclicos, pero sin alejarse de los objetivos empresariales generales, por lo que dependiendo el momento se tendrá una estrategia precisa para alcanzar indicadores específicos, pero siempre surgirán del mismo sitio.

- TRANSMISOR - Papelería y conferencia informativa/ publicidad en mass media

Este es el vehículo que lleva de un punto a otro la información que necesita el mensaje, en este caso la información de la campaña vigente.

- CANAL - Gerente zonal y/o empresaria

En esta versión, se materializa en una persona, ya que el contacto humano es su característica principal en este nivel.

- RECEPTOR - Representante

En este punto la representante capta toda la información a la que ha sido expuesta y hace suyo el mensaje, dándole un significado propio e inclusive una intención personal.

- DESTINO - Prospecto de cliente

Cuando el mensaje ha pasado por el filtro de la representante, recibe un mensaje personalizado, derivado del que se emitió desde la fuente, pero enriquecido con la interpretación de la representante.

- FUENTE - Estrategia personal de campaña y/o temporada

En este punto del proceso la creatividad de la representante se pone a flor de piel, el arte de este punto es poder filtrar la intención personal que propicie la intención de compra, dirigida a potencializar las metas que la representante persiga y que en la mayoría de los casos no dista de las de la empresa.

- TRANSMISOR - Folleto papel / demostración de productos físicos/ divulgación de conocimientos empíricos

Este recurso puede o no mantenerse intacto durante el proceso, pero siempre la decodificación estará enriquecida por la interpretación de la representante.

- CANAL - Representante

Durante el curso del proceso un elemento puede desarrollar más de una función, en este caso la representante es la que por excelencia se involucra de en más de una forma, siendo esta metamorfosis característica principal de esta modalidad de venta directa.

- RECEPTOR – Comprador

El comprador siempre será el blanco en la mira, lo representa una persona distinta, según la fuente que emita el mensaje; para este momento es probable que ya se esté manteniendo contacto con el usuario final del producto.

- DESTINO - Intención de compra

Ante todo, lo más importante del proceso siempre será generar la intención de compra, vender para un vendedor es siempre el fin último.

- RETROALIMENTACIÓN - Venta efectiva

Generalmente se refiere a la POTENCIALIZACIÓN del proceso comunicativo, en la venta directa también se relaciona con eso, ya que si no hay compra se tiene que generar un nuevo proceso y eliminar los elementos que impidieron el éxito del proceso anterior.

- RUIDO - Publicidad de la competencia /detractores de la marca/ surgimiento de nuevas opciones de compra

Este elemento siempre está presente y tratar de eliminarlo no aumentara el nivel de los indicadores a alcanzar, pero se tiene que ser muy cuidadoso con su manejo ya que pueden brindar un área de oportunidad o acabar rotundamente con la posibilidad de éxito.

En estas circunstancias epistemológicas, nos encontramos con grandes lagunas teóricas sin embargo, podemos observar que problemáticas como esta, se han estado previendo desde a mediados del siglo pasado, con la propuesta de la teoría de la

contingencia en las organizaciones o situacional, la cual realiza esfuerzos por integrar elementos “novedosos e inclusivos” en las organizaciones, para adaptarse a las situaciones emergentes y medioambientales en las que se pueda ver la organización, respondiendo a las demandas del entorno que los rodea, sin perder de vista los objetivos de la empresa.

Teóricos como Joan Woodward en 1965, plantea que existe una relación muy grande entre la tecnología que utiliza una empresa y su forma de estructurarse, además explica que la comunicación verbal es la más predominante en producciones unitarias y de proceso continuo, mientras que la comunicación escrita, es la predominante de la producción masiva. Esta categorización la expone de la siguiente manera:

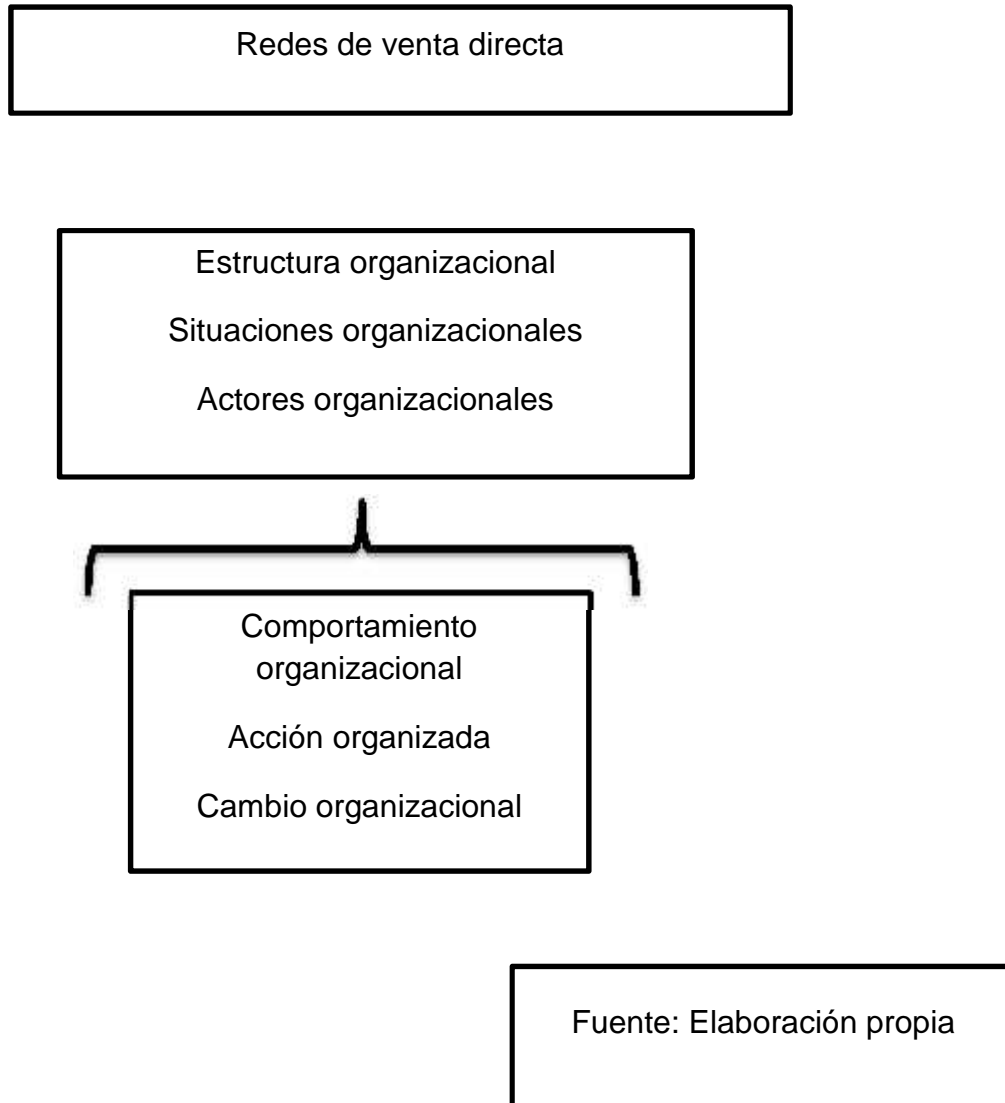
- Producción unitaria: Pequeños lotes fabricados, generalmente a mano
- Producción masiva: En línea o cadena
- Producción de proceso continuo: De flujo

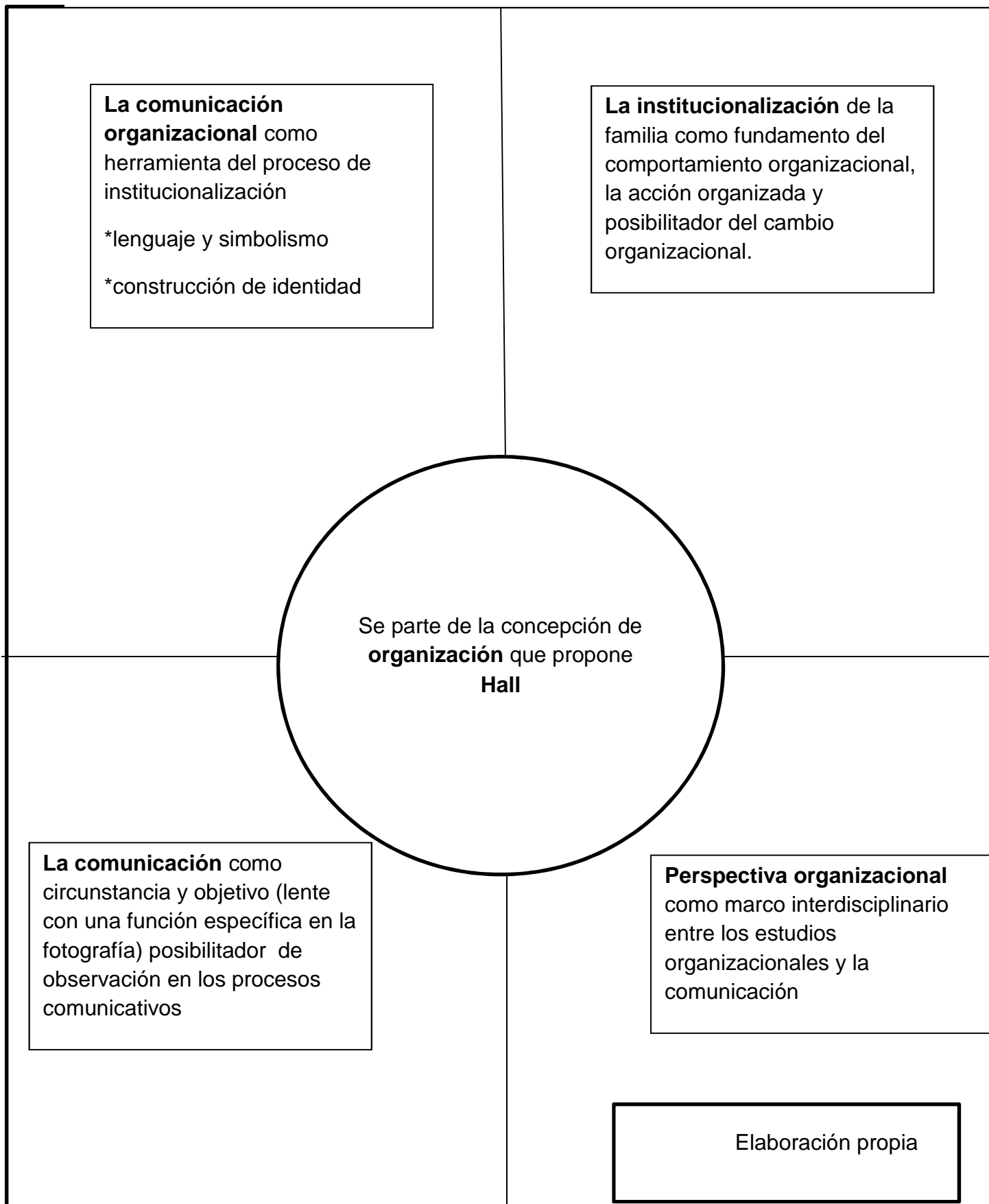
(Woodward, 1965)

Rasgos que podemos encontrar en diferentes fases de la venta directa, por ejemplo: la unitaria se encuentra representada en la relación del vendedor independiente con el cliente, la masiva la relación que tiene el mismo vendedor con la empresa a la que le comercializa sus productos y la de proceso continuo que se observa en la vinculación del personal designado por la empresa para resolver desperfectos o instruir a la fuerza de ventas con el vendedor independiente. Bajo esta misma sintonía podemos identificar en la V.D. una valiosa veta de investigación para los Estudios

organizacionales en múltiples dimensiones de análisis como; Poder, Cultura Organizacional y/o Corporativa, Nuevo Institucionalismo y estrategia organizacional.

Ante tales circunstancias se propone la siguiente estructura teórica para esta propuesta:





concreta e individual desde el punto de vista del actor social, es decir, el abordaje presupone un énfasis en aspectos de la vida social y en situaciones cara a cara. Mientras la metodología cuantitativa brindara una perspectiva explicativa y de contraste empírico, además de una medición objetiva del fenómeno social. Esta pluralidad nos da oportunidad de adquirir mayor validez en caso de llegar a los mismos resultados utilizando metodologías diferentes, aportando una dimensión profunda y diversificada del objeto de estudio.

En este sentido, esta investigación busca alcanzar un nivel de investigación de análisis, con apoyo de la metodología cuantitativa, debido al gran universo que comprende la venta directa, no podemos aplicar un muestreo probabilístico, ya que no limitan el tiempo y el dinero< pero si podemos realizar un muestreo no probabilístico, en el que “La única ventaja de una muestra no probabilística – desde la visión cuantitativa- es su utilidad para determinado diseño de estudio que requiere no tanto una representatividad de elementos de una población, sino una cuidadosa y controlada elección de sujetos con ciertas características especificadas previamente en el planteamiento del problema.” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006)

Mientras que con el soporte de la metodología cualitativa se trabaja desde la observación participante entendida como “un proceso en dos sentidos: Primero, el investigador debe ir convirtiéndose en un participante y conseguir un acceso libre al campo y a las personas. Segundo, la observación debe ir concretándose en aspectos esenciales para las preguntas de investigación” (Woods, Peter, 1987) y la entrevista focalizada, la cual fue desarrollada por Merton y Kendall en 1946 y que describe que “después de presentar al sujeto un estímulo uniforme se estudia su efecto en él

utilizando una guía de entrevista” (Fick, Uwe , 2013) esta entrevista semi estructurada permite generar un desarrollo de contingencia de acuerdo al desarrollo de la misma y a las posibilidades que brinde el sujeto.

Evidentemente, aún es muy pronto para determinar los instrumentos y su estructura, pero estos se irán construyendo a lo largo de la investigación. Lo que sí se puede determinar es que como resultado del rumbo metodológico tomado, se podrá realizar un muestreo Bola de nieve, ya que “Los investigadores más afortunados son aquellos que tienen acceso ilimitado a sitios y que saben dónde y a qué horas pueden encontrar casos comparativos” (Strauss, Anselm; Corbin, Juliet, 2002) ⁴

Bibliografía

AMVD. (s.f.). *Asociación Mexicana de Venta Directa A. C.* Recuperado el 25 de 10 de 2016, de http://www.amvd.org.mx/amvd_ventadirecta.php

Avon, c. (s.f.). Recuperado el 26 de 10 de 2016, de

<http://www.avon.es/PRSuite/history.page>

Cea, D. M. (1996). *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*.

Fick, Uwe . (2013). *Colección de investigación cualitativa*. Morata.

Hernández,Sampieri. (2006). *Metodología de la investigación científica*. Mc. Graw Hill.

Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2006). *Metodología de la investigación*.

México D.F.: Mc Graw Hill.

INEGI. (s.f.). *Los NiNis en México: una aproximación crítica a su medición* . Recuperado el 25 de 10 de 2016, de

http://www.inegi.org.mx/RDE/RDE_08/RDE_08_Art6.html

Joan, W. (1965). *Industrial Organizacion: Theory and Practice*. Londres: Oxford

University Press.

Martínez Hernández, P. E. (2014). *Virtualidad, ciberespacio y comunidades virtuales*.

México: Red Durango de Investigadores Educativos, A. C.

Sangra., D. M. (2000). *Aprender en la virtualidad*. Catalunya: Edicions de la Universitat

Oberta de Catalunya. Editorial Gedisa. .

Santiago González, C. (2015). *Procesos comunicativos en los nuevos paradigmas de venta directa digital: el caso de Avon Cosmetics México*. Pachca.

Strauss, Anselm; Corbin, Juliet. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Univerisdad de Antioquia.

Volwerk. (s.f.). *Volwerk*. Recuperado el 26 de 10 de 2016, de <https://corporate.vorwerk.com/es/sobre-vorwerk/>

WFDSA. (3 de 6 de 2016). *World Federation of Selling Associations*. Recuperado el 25 de 10 de 2016, de <http://wfdsa.org/global-statistics/>

Woods, Peter. (1987). *La escuela por dentro. La etnografía en la investigación educativa*. Barselona: Paidós.

Diseño de una metodología para la elaboración de un modelo de desarrollo de MiPyMEs con base en las habilidades administrativas de los empresarios y de su idiosincrasia en los negocios. Un estudio en el estado de Campeche

Modalidad: Protocolo de investigación

Fernando Medina Blum¹
Universidad Autónoma de Campeche

Jorge Iván Ávila Ortega
Instituto Tecnológico Superior de Calkiní en el Estado de Campeche

Francisco Gerardo Barroso Tanoira
Universidad Anáhuac Mayab

Román Alberto Quijano García
Universidad Autónoma de Campeche

Luis Alfredo Argüelles Ma
Universidad Autónoma de Campeche

¹ Autor responsable de la comunicación

Diseño de una metodología para la elaboración de un modelo de desarrollo de MiPyMEs con base en las habilidades administrativas de los empresarios y de su idiosincrasia en los negocios. Un estudio en el estado de Campeche.

Resumen

El éxito de las empresas recae principalmente en las habilidades de sus directivos y en su capacidad de liderazgo. Las habilidades administrativas con las que cuenta un directivo o gerente son fundamentales para administrar una empresa, ya sea que las haya adquirido durante su formación profesional, en su experiencia laboral o de manera empírica.

La presente investigación está enfocada en proponer las habilidades administrativas básicas como instrumento de gestión en la micro, pequeña y mediana empresa (MiPyMEs) de las cuatro regiones productivas ubicadas en el estado de Campeche, que les permita mejorar su desempeño en el mercado. La investigación se delimita únicamente al estudio de los empresarios de este tipo de organizaciones por ser los principales actores y responsables en la toma de decisiones.

De acuerdo con lo anterior, se propone establecer las habilidades administrativas básicas para dirigir una empresa, la influencia del nivel académico y la idiosincrasia en la formación del administrador, para que con base en estos factores se diseñe y valide un instrumento que permita medir dichas variables para construir un modelo de gestión que promueva el incremento en la productividad de MiPyMEs.

Palabras clave

MiPyMEs, Habilidades directivas, Habilidades administrativas, Competencias gerenciales, Idiosincrasia en los negocios.

Introducción

Antecedentes

Las empresas son la base del desarrollo económico, constituyéndose como unidades económicas y sociales ya que producen los bienes y servicios para satisfacer las necesidades de consumo en una sociedad (Díaz, 2012). Esta célula básica de generación de economía se encuentra conformada por factores de producción que se conjugan para generar los bienes que son de interés en los individuos de una sociedad. En este contexto, los elementos fundamentales para integrar una empresa son la tierra, el trabajo, el capital y organización (habilidades empresariales), como factor preponderante en el crecimiento y desarrollo de esta unidad económica (Zorrilla, 2008).

El administrador de la MiPyME es una pieza fundamental para su desarrollo y competitividad, ya que tiene la oportunidad de convertirse en líder y visionario, lo que permitirá a la empresa crecer o permanecer estancada en un mercado que actualmente presenta una dinámica cambiante y globalizada. De acuerdo con Mendoza (2008), el empresario es el responsable del inicio del negocio y de su desarrollo, pues sus características y capacidades reflejarán el tipo de gestión empresarial, las que podrán llevar a la empresa a ser competitiva, a lograr el éxito o al fracaso. Por esta razón, las habilidades y competencias administrativas son sus herramientas de trabajo para dirigir y administrar la empresa de forma eficiente. Por ello, es fundamental identificar las variables que permiten medir el cumplimiento de criterios

basados en su desempeño como administrador y el impacto que tienen en la empresa.

Debido a las características organizacionales propias de las MiPyMEs, es necesario adaptar las teorías administrativas relacionadas con las habilidades directivas, ya que los perfiles de los administradores y de las empresas presentan características conformadas por el contexto de los sectores y de las regiones a las que pertenecen.

Por su parte Barragán y Pagán (2002) destacan que el empresario debe incrementar sus relaciones comerciales e implementar nuevas técnicas gerenciales que incluyan la planeación estratégica, mercadotecnia, recursos humanos, análisis financiero, evaluación de proyectos, comportamiento organizacional y la adopción de tecnología. Reconocer estos elementos y los factores de influencia en el desenvolvimiento de las MiPyMEs, que involucren al administrador y la medición de su impacto, pueden proporcionar líneas de acción que permitan mejorar sus ingresos, su estabilidad y permanencia en el mercado, y por ende su competitividad.

Por lo anterior, se considera fundamental determinar el impacto en la toma de decisiones que tienen las habilidades de los administradores y sus efectos en las MiPyMEs, para lo que se presenta a continuación el planteamiento del problema basado en las necesidades de esta investigación.

Planteamiento del problema

La dinámica que se presenta en los mercados, cada vez más globalizados, con mayor complejidad y competitividad, impacta y exige a las empresas la planeación en sus procesos y en su propia estructura organizacional. Las MiPyMEs no están exentas de esta tendencia, por lo que es fundamental que en cada una de ellas se establezca una administración y gestión adecuada de los recursos humanos como parte de esta adaptación.

Parte fundamental en la creación, desarrollo y consolidación de las MiPyMEs involucra a su directivo, que en la mayoría de los casos es el propietario y funge también como administrador de la misma. Las habilidades administrativas con las que cuente esta persona respaldará el desempeño de la organización permitiéndole lograr ventajas competitivas de forma sostenible.

Los administradores de MiPyMEs suelen carecer de las habilidades administrativas básicas que permitan una gestión adecuada de la organización por falta de recursos económicos y de acceso a la información. El empresario, en ocasiones por desconocimiento o por falta de voluntad, no implementa las estrategias administrativas que favorezcan al crecimiento y éxito de su organización, que le permita mantener o incrementar la productividad de la misma.

El contexto de esta investigación, se ajusta a lo publicado en el Diario Oficial de la Federación en México con fecha 30 junio del año 2009, en que se emite la estratificación con las características específicas para cada tipo de empresa, en relación al tamaño, sector, número de trabajadores y ventas anuales (ver tabla 1).

Tabla 1

Estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	53
Pequeña	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
	Comercio	Desde 31 hasta 100		
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
Mediana			Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Industria	Desde 51 hasta 250		

*Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 80%.

Fuente: INEGI (2015), a partir del Diario Oficial de la Federación (2009).

Las MiPyMEs en México realizan una aportación en la generación del PIB de un 52 % y del 72% en la creación de empleo (Pavón, 2010). Sin embargo, a pesar de su impacto en la actividad económica del país, estos negocios siguen siendo muy vulnerables. Puga (2014) menciona que el reto de México es enfrentar el cómo incrementar la esperanza de vida de estas empresas, ya que la velocidad a la que nacen y mueren es muy alta, por lo que su situación es de alta vulnerabilidad. De acuerdo con el INEGI (2015), el 42.7 % de los establecimientos en el país tienen cinco años o menos.

Existen también otras cifras, en que se señala: (a) la esperanza de vida de las empresas de menor tamaño, o recién creadas, se redujo en 20% durante los últimos quince años en México; (b) no se ha podido revertir la tasa de mortalidad de los nuevos establecimientos, ya que de cada 10 empresas que se crean en el país cada año, siete mueren en los primeros cinco años, una sobrevive de ocho a diez años y sólo dos permanecen en el mercado después de ese periodo; (c) que las empresas creadas que sobreviven a los diez años de existencia difícilmente pueden migrar de la condición de pequeñas a medianas o grandes empresas, y (d) como principales causas de la muerte de pequeñas y medianas empresas considera que

se encuentran la falta de apoyos, de financiamiento, así como de solidez en la habilidades administrativas por parte de la dirección o del administrador del establecimiento.

De lo anterior, cabe señalar que el promedio de supervivencia de los negocios tiene una disminución en relación al incremento en la edad del establecimiento, es decir, que a mayor edad, menos probabilidad de supervivencia (ver tabla 2).

Tabla 2.

Supervivientes por cada 100 negocios que ingresan a la actividad económica

Edad de los negocios	Manufacturero	Comercio	Servicios privados y no financieros	Total
0	68	62	64	64
1	43	34	38	36
5	34	25	29	28
10	25	17	22	20
15	18	12	16	15
20	14	9	12	11
25	14	9	12	11

Fuente: INEGI (2015).

Además, en la relación existente entre el tamaño de los negocios con el número de personas ocupadas, se presenta un incremento en la esperanza de vida al nacer (años futuros de vida) más alta en las empresas con una mayor cantidad de personas ocupadas (ver tabla 3).

Tabla 3.

Probabilidad de muerte y esperanza de vida en el primer año para negocios de 0 a 100 personas ocupadas.

Tamaño de los negocios (personas ocupadas)	Probabilidad de muerte al primer año de vida	Esperanza de vida al nacer (años futuros de vida)
0-2	0.38	8.9
3-5	0.32	8.4
6-10	0.17	15.0
11-15	0.18	20.7
16-20	0.15	23.3
21-30	0.12	22.0
31-50	0.08	22.0
51-100	0.07	22.0

Fuente: INEGI (2015).

El contexto que presenta el sector empresarial en el estado de Campeche se considera relevante para el presente estudio por la situación del empleo y el desarrollo económico que prevalece, que se encuentran por debajo de la media nacional, así como para el incremento en la supervivencia de los negocios. La dinámica actual del estado de Campeche muestra que los negocios son predominantemente pequeños, ya que el 96 % de las empresas existentes tienen hasta 10 empleados, el 0.03 % entre 11 y 50 empleados, y el 0.003 % entre 51 y 250 empleados (SIEM, 2015).

Asimismo, en 2014 se registraron 32,628 establecimientos, los cuales reportaron un total de 187,384 personas ocupadas. Las principales actividades fueron la extracción de petróleo y el comercio al por menor a través de tiendas de autoservicio. Durante el periodo 2008 a 2013 se registró una tasa de crecimiento de 8.7 % en unidades económicas, 4.9 % menos que la tasa nacional.

En lo relacionado con el número de personas ocupadas, la tasa superó en 3.6 % a la tasa de crecimiento nacional, ya que obtuvo 10.9 % y la nacional presentó de 7.3 % durante el mismo periodo referido (INEGI, 2015).

En cuanto a la participación de los municipios en el estado de Campeche, el municipio de Carmen es el que presenta mayor contribución en los porcentajes de personal ocupado con 49.4%, remuneraciones con 81.6%, producción bruta total con 96.8%, y en segundo puesto con 28.9% en unidades económicas (ver tabla 4).

Tabla 4.

Variables económicas con base en la producción bruta total por municipio.

Municipios	Unidades económicas	Personal ocupado total	Remuneraciones	Producción bruta total
Total Campeche	100	100	100	100
Carmen	28.9	49.4	81.6	96.8
Campeche	38.6	31.8	13.8	2.4
Champotón	8.8	8.0	1.7	0.3
Escárcega	6.3	3.3	0.8	0.2
Calkiní	8.5	4.0	1.0	0.1
Candelaria	2.3	1.1	0.2	NS
Hopelchén	2.3	0.9	0.1	NS
Hecelchakán	3.0	1.3	0.2	NS
Tenabo	1.1	0.9	0.3	NS
Calakmul	1.3	0.7	0.1	NS
Palizada	0.9	0.5	0.1	NS

Nota: Orden de acuerdo con la producción bruta total.

Fuente: INEGI (2015).

Con respecto a los sectores económicos, los municipios que sobresalieron según el personal ocupado fueron Campeche, con 41.2 % en el sector servicios;

Hopelchén con 57.5 % en el sector comercio, y Tenabo con 51.6 % en manufacturas. El aparato productivo se sustentó en el sector comercio y en los servicios privados no financieros, ya que de manera conjunta aportaron 8 de cada 10 unidades económicas, y en personal ocupado contribuyeron con 6 de cada 10 trabajadores. (INEGI, 2015). Ante esta situación, es importante determinar las características básicas con las que debe contar un administrador de MiPyMEs, incluso desagregarlas por tipo y tamaño de la empresa, el sector y las características de la región en la que se encuentra.

Es fundamental contar con mecanismos de medición que logren evaluar las habilidades del administrador y su influencia en el desempeño de la empresa. Las MiPyMEs frecuentemente tienen mayores dificultades por tener características organizacionales que dificultan el acceso a metodologías y procesos en la gestión de los recursos humanos, carecer del personal con las competencias y habilidades requeridas para los puestos de trabajo, sobre todo en los puestos directivos o gerenciales, así como de la tecnología necesaria para facilitar la administración. De acuerdo con esto, no solo es necesario estudiar este fenómeno de manera exógena, sino también desde la perspectiva de los administradores, permitiendo identificar las prácticas implementadas y sus efectos en las organizaciones.

Por lo anteriormente mencionado, se plantea la problemática de la generación y estabilidad del empleo, la supervivencia de las empresas y la calidad de vida de la población empresarial por la falta de habilidades administrativas de los responsables o administradores de las MiPyMEs, considerando que la consolidación de las mismas puede convertirse en un elemento fundamental para la permanencia

a largo plazo de las empresas y, por lo tanto, contribuir al desarrollo y estabilidad económica del estado de Campeche. Además, es fundamental considerar los rasgos de idiosincrasia particulares de cada región, pues la forma de establecer y desarrollar los negocios se plantea de forma diferente debido a las características de la cultura de cada individuo.

Por ello, se requiere indagar sobre los aspectos relacionados con la cultura de negocios teniendo como marco la idiosincrasia del empresario. Basado en lo anterior, se requiere hoy en día promover nuevas estrategias de acceso al conocimiento que permitan a las instituciones participar en la comprensión y fomento de las MiPyMEs y, a su vez, cambiar hacia una actitud proactiva que permita entender y aprovechar plenamente los beneficios que esto genera. Este conocimiento se puede materializar a través de un modelo diseñado para justificar y legitimar el establecimiento de criterios para el desarrollo de MiPyMEs en sus dimensiones más importantes.

Debido a que la realidad de las MiPyMEs y de las habilidades de sus administradores es multiforme y contienen cierto grado de complejidad, al indagar en ellas es necesario formular planteamientos que posibiliten la toma de decisiones racionales y que de igual forma puedan medirse los efectos de las mismas, lo cual puede ser a través de un modelo diseñado para esto. De acuerdo con Lee (1973), un modelo permite la representación de la realidad, mientras que para Pidd (2010), es la representación explícita y de carácter externo de la realidad, en donde las personas que se encuentran dentro del contexto observan y acceden al mismo para entender, adecuar, gestionar y controlar dicha realidad.

A pesar de que los modelos permiten representar el contexto de una problemática o situación específica, deben ser evaluados continuamente y complementados con elementos que se incorporan a dichos escenarios. Por lo tanto, se recomienda como necesario conocer las habilidades administrativas e idiosincrasia de los individuos en los negocios como base fundamental para el diseño del modelo de desarrollo de MiPyMEs, que permita aportar soluciones a la problemática de empleo, así como sentar las bases de una participación social en la toma de decisiones y en el diseño de políticas públicas respecto a los temas que afectan al desarrollo de las MiPyMEs del estado de Campeche.

Preguntas de investigación

Con base en lo anterior, surgen las siguientes preguntas que pretenden orientar el sentido de la investigación, considerando lo manifestado en el planteamiento del problema:

¿En qué medida los administradores de MiPyMEs de las cuatro regiones del estado de Campeche, cuentan con las habilidades administrativas requeridas para dirigir una empresa exitosa?

¿Hasta qué punto la formación empírica o profesional del administrador influye en la dirección exitosa de una MiPyME?

¿Influye la idiosincrasia en la obtención y desarrollo de las habilidades administrativas en los administradores de MiPyMEs?

¿Cuáles son los factores a considerar en un modelo que facilite la obtención y desarrollo de las habilidades administrativas en los administradores de MiPyMEs establecidas en cada una de las regiones del estado de Campeche, con base en sus habilidades administrativas e idiosincrasia?

Objetivos de investigación

De las preguntas de investigación formuladas, se derivan los siguientes objetivos:

General.

Diseñar un modelo de gestión y desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas, que permita incrementar la productividad de MiPyMEs con base en las habilidades administrativas y a la idiosincrasia de sus administradores.

Específicos.

Determinar en qué medida los administradores de MiPyMEs de las cuatro regiones del estado de Campeche cuentan con las habilidades administrativas requeridas para dirigir una empresa exitosa.

Establecer hasta qué punto la formación empírica o profesional del administrador influye en la dirección exitosa de una MiPyME.

Especificar qué influencia tiene la idiosincrasia en la obtención y desarrollo de las habilidades administrativas en los administradores de MiPyMEs.

Precisar los factores a considerar en un modelo que facilite la obtención y desarrollo de las habilidades administrativas en los administradores de MiPyMEs establecidas en cada una de las regiones del estado de Campeche, con base en sus habilidades administrativas e idiosincrasia.

Importancia del estudio

Derivado de lo anterior, la presente investigación constituye una contribución al estudio de un tema que resulta de relevancia para el estado de Campeche en términos económicos, sociales y también metodológicos, ya que si bien el tema de las habilidades administrativas en las empresas ha sido estudiado, si es innovador diseñar un modelo que permita que el directivo pueda incrementar la productividad de su empresa, la consolide y logre su supervivencia en el largo plazo. Se pretende que el estudio impulse el desarrollo económico y que al mismo tiempo permita la creación y conservación de los empleos que estas empresas generan.

El presente estudio también pretende contribuir a la generación de conocimiento que coadyuve en el desarrollo de políticas públicas, estrategias empresariales y estructuras educativas que permitan mejorar el ecosistema empresarial de la MiPyMEs en el estado de Campeche. Uno de los principales receptores de esta información serán las autoridades públicas responsables del desarrollo económico de las regiones donde se encuentran establecidas las MiPyMEs. De igual forma, este documento busca contribuir para que la iniciativa privada mejore la oferta de servicios a estas unidades económicas, así como también que los propios empre-

sarios obtengan información que les ayude a incrementar sus habilidades administrativas. Además, un efecto trascendental sería que las instituciones académicas y organizaciones civiles vinculadas a la capacitación, generación y desarrollo de profesionistas, así como del emprendimiento, integren esta información en sus planes de estudio para que puedan contribuir al tema desde un enfoque cognoscitivo.

Limitaciones del estudio

A pesar de que existen múltiples investigaciones y teorías sobre las habilidades administrativas necesarias que deben poseer los administradores, es importante conocer las diferencias existentes que se presentan en cada región del estado de Campeche, en donde se incluya la idiosincrasia como factor de influencia en los negocios para abordar la resolución de problemáticas e impulsar áreas de oportunidad y desarrollo de las MIPyMEs.

Este estudio contemplará el desarrollo de una propuesta basada en un modelo conceptual que permita explicar la relación existente entre las habilidades administrativas y la idiosincrasia de los empresarios con el desempeño de su organización, con ello constituir programas enfocados al desarrollo de las capacidades y habilidades administrativas que tomen en cuenta la idiosincrasia de los empresarios del estado de Campeche.

Los resultados obtenidos solo tendrán una aplicación válida para la zona geográfica determinada, por lo que no se pretende generalizar dicha información. Sin embargo, la metodología puede ser replicable en otras regiones. Además, al considerar que el estudio se realice en los cuatro regiones del estado de Campeche, esto

es debido a que cada una de las regiones tiene características particulares en los sectores productivos y en la forma de hacer negocios de los empresarios. Por esta razón, las dificultades para realizar la aplicación del instrumento se enfocarán a la capacidad en el desplazamiento a estos lugares y el tiempo necesario para su ejecución, lo que implica gastos administrativos importantes a cuenta del investigador.

Otra de las dificultades importantes para el trabajo será crear un ambiente de confianza a la población objetivo, que estarán participando en el estudio, para que respondan el instrumento con la veracidad requerida para contar con información con credibilidad que permita obtener resultados que aporten la realidad de los empresarios y administradores en relación a las habilidades administrativas aplicadas en la administración de sus empresas.

Delimitaciones

Es importante señalar que el estudio se llevó a cabo durante un periodo de un año, por lo cual las diferencias existentes posteriores a este periodo no podrán ser consideradas. El desarrollo de esta investigación se limita al análisis de las cuatro regiones del estado de Campeche (Región de la montaña, norte y este), Región de la costa (abarca todo el litoral del Estado), Región de la selva (sur) y Región de los ríos (suroeste). El instrumento fue será aplicado solo a responsables y/o administradores de las empresas, tomando como criterios que radicaran o fueran originarios del lugar y con un rango de edad entre los 18 y 60 años, divididos de la siguiente manera: Jóvenes (18-29 años), Adultos (30-59 años) y Adultos mayores (más de 60 años).

Revisión de la literatura

Actualmente el desarrollo económico de la gran mayoría de los países, se encuentra basado en el desempeño de su sector empresarial. Es por esta razón, que el papel del administrador de una empresa se convierte en un factor fundamental, para influir en las tendencias económicas. Al ser el administrador una pieza fundamental para dirigir la empresa hacia un futuro exitoso, es necesario identificar los obstáculos que se le presentan al desarrollar sus actividades. La dificultad de estudiar el perfil de los administradores se origina debido a que cada persona tiene sus propias características y habilidades y a que existen diferentes contextos, por lo cual se presentan diferentes perfiles. Sin embargo, las habilidades administrativas guardan cierta similitud al momento de implementarlas en una empresa.

Administración

La palabra administración tiene su origen del latín *ad*, que significa dirección, aproximación, tendencia a y *minister*, que significa subordinación, sirviente u obediencia. Administrar una organización involucra diferentes elementos. De acuerdo con Robbins (2005), refiere que la administración involucra la coordinación y supervisión de las actividades que realizan otros para que se realicen de manera eficiente y eficaz. Certo (2001), define administración como el proceso cuya finalidad es lograr los objetivos organizacionales con base en los recursos de la organización. De acuerdo a Montaña y Charnov (2002), la definen como el acto de trabajar con y por medio de otras personas con el objetivo de lograr los objetivos organizacionales, así como de los que la integran Por su parte Schermerhorn (1996) conceptualiza el

término administración como el proceso de planear, organizar, controlar y liderar a través del uso de recursos para alcanzar el desempeño con base a los objetivos planteados. El emplear la palabra administración confiere de manera integral varias actividades. Por su parte Hellriegel, Jackson y Slocum (2002), definen administración como la forma de tomar decisiones que conducirán a la organización por las etapas de planeación, organización y control, considerándolas como las funciones básicas que el administrador debe ser capaz de desempeñar.

Cultura organizacional

Una organización es administrada por individuos, con diferentes rasgos que influyen en su comportamiento y que tienen efectos al interior y al exterior de la misma. La cultura de los individuos es un factor de diferenciación que se plasma en los valores que asume una organización, generándole una identidad, y en consecuencia, una forma de operación particular y genuina.

De acuerdo con Smircich (1983), la cultura es un medio o una variable que puede ser administrada para el logro de objetivos y mejorar el desempeño. Por lo tanto, la cultura organizacional se convierte en un recurso para dirigir una organización (Rodríguez, 2009). Por su parte Barney (1986), menciona que la cultura es un recurso que agrega valor y es una diferencia que caracteriza a las organizaciones y no es fácil de imitar por sus competidores, además de que puede convertirse en un ventaja competitiva.

Comportamiento organizacional

Las características de una organización está en función de las diferencias individuales que presentan los empresarios y las personas que interactúan entre sí, que a través de métodos y mecanismos de trabajo que se adecuan a las divergencias, permiten el logro de los resultados organizacionales. De acuerdo con Robbins (2009), el comportamiento organizacional estudia el efecto que los individuos, grupos y estructura tienen sobre el comportamiento dentro de una organización, es decir, la influencia de la conducta que el factor humano desarrolla en en la misma.

Administrador

La toma de decisiones en las organizaciones se convierte en factor clave por el cual se logra una correcta administración. Parte fundamental de este proceso, es el administrador de la empresa u organización, ya que a través de él se ejercen el mando estratégico. De acuerdo a Levitt (1974), el administrador debe contar con múltiples aspectos en cuanto a su capacitación, como lo es el conocimiento, modo de actuar, actitudes, habilidades, competencias, personalidad y estilo de trabajo.

El papel del administrador según Mintzberg (1973), se basa en tres categorías: interpersonales, informativos y decisorios. De acuerdo con Daft (2006), las cualidades personales para liderar una organización pueden ser natas o desarrolladas a lo largo del tiempo, distinguiendo cuatro categorías, la primera contar con una visión personal que permita reconocer y respaldar a la comunidad diversa en la organización, segunda, conocer las dimensiones de la diversidad multicultural, tercera, disposición para cambiar y adaptarse, y la cuarta, ser un guía para los empleados mediante la retroalimentación, la delegación de responsabilidades e instruirlos para la toma de decisiones.

Además de las cualidades y aptitudes con las que debe contar un administrador, también se destaca, sus particularidades como individuo. Una de ellas, es la personalidad, que de acuerdo a Allport (1937), se define como la organización dinámica de los sistemas psicofísicos en un individuo que determinan su forma de actuar en un entorno determinado. Otra característica importante, son los valores, los cuales suelen representar las convicciones fundamentales de un individuo, en lo personal y lo social, sobre la preferencia de una conducta sobre otra (Rokeach, 1973).

Habilidades directivas

Una habilidad representa la forma de hacer algo en relación con su resultado. Según el Diccionario de la Lengua Española (2014), lo define como la capacidad y disposición para hacer algo, así como la destreza y el ingenio de una persona para ejecutarlo. Por su parte Katz (1955), estableció la existencia de tres habilidades con las que debe contar un administrador efectivo: técnicas, humanas y conceptuales.

De acuerdo con Whetten y Cameron (2016), consisten en grupos identificables de acciones que las personas realizan y que conllevan a ciertos resultados, teniendo como características principales que son conductuales, observables, desarrollables, interrelacionadas y en algunos casos contradictorias.

Competencias gerenciales

El concepto competencia según McCall (1998), citado por Hellriegel et al. (2002), se define como la combinación de conocimientos, habilidades, comporta-

mientos y actitudes que posee una persona con respecto a una actividad. A diferencia de las habilidades directivas, las competencias gerenciales son un concepto mucho más integral debido a que las habilidades son un elemento que forma parte de las competencias y son utilizadas por las personas para hacer más efectiva dentro una organización y coadyuve a lograr las metas organizacionales.

Hellriegel et al. (2002), proponen un modelo de competencias gerenciales, en el cual incluyen las siguientes competencias: comunicación, planeación y gestión, acción estratégica, autoadministración, multicultural y trabajo en equipo.

Habilidades administrativas

Al hablar de habilidades administrativas, se puede dimensionar que existe una gama ilimitada de habilidades y razones por las cuales se requieren, de acuerdo a los diferentes contextos en las que se pueden aplicar. Sin embargo, muchos autores describen que existen habilidades administrativas básicas que requiere un administrador eficaz. De acuerdo con Griffin y Ebert (2005), mencionan que es muy difícil que un administrador cuente con todas las habilidades. Sin embargo, coinciden en que deben de contar con habilidades técnicas, de relaciones humanas, conceptuales, de toma de decisiones y de administración del tiempo.

Administración de MiPyMEs

De acuerdo con Sérvulo (2010), en cuanto a las características principales que tienen las pequeñas empresas, se menciona que son: la participación de la

familia, giro principal, hombre orquesta, nepotismo, administración, capital y financiamiento, empleo, ubicación, constitución legal y mercado. A pesar de los esfuerzos realizados por los diferentes actores relacionados con el desarrollo de la economía, las MIPyMEs continúan teniendo varias causas de fracaso.

De acuerdo con Debemardo y Hurtado (2010), sus principales causas de fracaso son los factores: estratégicos, comerciales, operacionales, administrativos y de capital humano.

Idiosincrasia

El factor cultural e idiosincrasia en los negocios se convierte en un elemento que integra la forma en cómo el empresario crea, desarrolla, analiza y evalúa su negocio. La idiosincrasia, definida por la RAE (2014), son los "Rasgos, temperamento, carácter, etc., distintivos y propios de un individuo o de una colectividad". Estos rasgos pueden ser distintivos y propios de un individuo o de una colectividad nacional, regional, etnia, un determinado grupo social o a costumbres de una sociedad.

Las relaciones que se establecen entre las personas según su idiosincrasia, pueden influir en el comportamiento individual de éstas aun cuando no se tenga la certeza de las ideas que se asimilan en masa (Ávila, 2013). Es necesario señalar que la idiosincrasia se conforma a través de la cultura y que ésta determinará, a su vez, el tipo de negociador al cual se enfrentará o las actitudes que tomará en el proceso de negociación, ya que el ser humano percibe el mundo y actúa de acuerdo a las creencias y valores que éste posee.

Consecuentemente, cuando las diferentes culturas entran en contacto, convergen en algunos aspectos, pero en otros las diferentes idiosincrasias tienen a amplificarse, y en consecuencia a tener un efecto en una organización (Morales, 2010).

Metodología

El planteamiento metodológico se deriva de los objetivos generales de este proyecto, de los productos, los resultados que se esperaban obtener y de las acciones previstas para la consecución del mismo. El estudio se divide en dos fases: (1) determinación de las habilidades administrativas y rasgos de idiosincrasia, en los empresarios de las cuatro regiones del estado de Campeche, y (2) elaboración del modelo conceptual para verificar dicha relación (Ver Anexo).

Fase 1.

Determinación de las habilidades administrativas y rasgos de idiosincrasia

Tipo y diseño del estudio

Para la parte de la determinación de las habilidades administrativas y los rasgos de idiosincrasia, el tipo de estudio comienza como exploratorio, evolucionando a descriptivo con enfoque cuantitativo y diseño no experimental transversal, pues aunque se realiza en empresarios del estado de Campeche, se efectúa en un tiempo y espacio único (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), con el objetivo de describir variables y analizar su incidencia en un momento dado. El método es el estudio de campo utilizando la encuesta como técnica, con el cuestionario como instrumento. El enfoque es cuantitativo, ya que se realiza un diagnóstico teniendo como base la escala Likert, del cual se deriva un modelo que posteriormente se prueba a través del juicio de cuatro expertos.

Participantes en el estudio

De un total de 7,964 micro, pequeñas y medianas empresas registradas en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM, 2016), se calculó una muestra de 275 empresas considerando un 95% de confiabilidad y un 5% de error máximo permitido (ver tabla 5).

Tabla 5

Conformación de empresas (MPyMEs) por municipio en la Entidad Federativa Campeche.

Municipio	Número de empresas
Calkiní	222
Campeche	4,804
Carmen	1,063
Champotón	372
Hezeczaltún	109
Palizada	12
Tenabo	41
Escárcega	247
Cabalmul	84
Candelaria	110
Total	7,964

La Tabla 5 representa la conformación de empresas según clasificación por micro, pequeña y mediana empresa por municipio en la Entidad Federativa Campeche. Sistema de Información Empresarial Mexicano (2016).

Este número se distribuyó proporcionalmente en las cuatro regiones en que divide el Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal al estado de Campeche (INAFED, 2010). De acuerdo a lo anterior, resulta la distribución de muestras en cuatro regiones: región de la montaña, región de la costa, región de la selva y región de los ríos (ver tabla 6).

Tabla 6

Muestras por región

Región	Descripción	Muestra
Región 1	Región de la montaña (norte y este): Culliní, Hecelchakán, Tenabo y Hopelchén	18
Región 2	Región de la costa (Abarca todo el litoral del Estado) Campeche y Champotón	178
Región 3	Región de la selva (Sur): Culmatul	3
Región 4	Región de los ríos (Suroeste): Carmen, Escárcega, Candelaria y Palizada.	78
Total		275

Fuente: Elaboración propia a partir de información del Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED, 2010).

Para el presente estudio se dispondrá de una muestra aleatoria, de sujetos por medio de entrevistas, tomando como criterios el rango de edad, abarcando a Jóvenes (18-29 años), Adultos (30-59 años) y Adultos mayores (más de 60 años), que sean dueños o responsables de MIPyMEs para aplicarles el cuestionario. Se debe considerar que sean originarios o residentes del Estado.

Instrumentos

1) Cuestionario de habilidades administrativas básicas de los administradores de MIPyMEs.

Para el presente trabajo se administró el cuestionario de habilidades administrativas básicas para empresarios de MIPyMEs, el cual se encuentra basado en los conceptos de Griffin, Ebert y Rosales (2005), por considerar que este tipo de instrumento reúne las características idóneas para la medición de variables que se desean estudiar sobre las habilidades administrativas de los empresarios, debido a que plantea la integración de las habilidades básicas que requiere una persona para administrar una empresa u organización.

Se tomaron los criterios descritos en tal apéndice por considerar que se ape- gan a la población propia del estado de Campeche, objeto de estudio de este tra- bajo. El instrumento se integra por los conceptos que consideran las habilidades administrativas básicas desarrollados por Griffin, et. al. (2005), las cuales son: ha- bilitades técnicas, de relaciones humanas, conceptuales, de toma de decisiones y de administración del tiempo (ver tabla 7).

Tabla 7

Conformación de la estructura del instrumento de Habilidades Administrativas Básicas de los Administradores de MIPyMEs.

Clasificación	Ítems
Perfil del encuestado	8
Habilidades administrativas	107
Total	115

Fuente: Elaboración propia a partir de Griffin, et. al. (2005).

En su elaboración se consideraron tres secciones: en la primera se contabi- lizan 8 reactivos con la finalidad de obtener información general de los entrevista- dos, a fin de determinar las características de la población objeto de estudio. En la segunda se incluyen 80 reactivos con escala de Likert que identifican, desde la pers- pectiva de los participantes, las habilidades administrativas con las que cuentan para dirigir sus empresas. En la tercera sección se incluyeron 26 reactivos bajo un enfoque combinado de preguntas con respuesta en escala de Likert complementa- das con preguntas abiertas para determinar opiniones de los participantes, de tipo cualitativo, para mejorar la comprensión de los resultados cuantitativos, en este úl- timo apartado se pretende identificar las áreas de oportunidad de los empresarios.

Para la verificación de la confiabilidad se administró el instrumento a una muestra de 40 personas, que representa poco más del 10% de la muestra, escogido por intención según el acceso a las regiones, pero de manera proporcional a éstas. El cálculo del alfa de Cronbach resultó de 0.914, por lo que el cuestionario se consideró confiable y las encuestas contestadas se tomaron como parte del estudio.

2) Cuestionario de idiosincrasia de los administradores de MiPyMEs.

Para el presente trabajo se administró también el cuestionario de idiosincrasia de los administradores de MiPyMEs, basado en las características presentadas por Hofstede (2002), por considerar que este tipo de instrumento reúne las características suficientes para la medición de variables que se desean estudiar sobre la idiosincrasia de los empresarios, debido a que plantea la integración de los aspectos culturales básicos que tiene un individuo para manejar un negocio.

El instrumento se integra por los conceptos que se incluyen en la idiosincrasia de los individuos desarrollados por Hofstede (2002), las cuales son: idiosincrasia y cultura del mexicano. En su elaboración se consideraron tres secciones: (1) en la primera se obtiene información general de los entrevistados, a fin de determinar las características de la población objeto de estudio; (2) en la segunda se incluyen 34 reactivos, de los cuales 11 son con escala de Likert, uno como pregunta abierta haciendo referencia a la jerarquía del concepto, y (3) 22 de tipo dicotómicas con opción a preguntas complementarias.

Para la verificación de la confiabilidad se administró el instrumento a una muestra de cuarenta personas, que representa poco más del 10% de la muestra,

escogido por intención según el acceso a las regiones, pero de manera proporcional a éstas. El cálculo del alfa de Cronbach resultó de 0.86, por lo que el cuestionario se consideró confiable y las encuestas contestadas se tomaron como parte del estudio.

Procedimiento

Para el acceso a las empresas se elaborarán cartas de invitación a colaborar, realizando el contacto con las empresas por vía telefónica, por correo o ya estando en la región respectiva. Los cuestionarios de habilidades administrativas serán completados en promedio en 30 minutos.

Para su administración se consideró lo siguiente: además del investigador y un equipo de trabajo, se contó con el apoyo de un equipo de encuestadores, quienes en el momento del estudio eran estudiantes del nivel superior y participantes del Programa de Verano de la Investigación Científica, donde participaron alumnos tanto nacionales como del extranjero, de las licenciaturas en mercadotecnia y economía respectivamente. Estos jóvenes fueron previamente capacitados en cuanto a la forma de administrar el instrumento a fin de homogenizar criterios, despejar dudas y en términos generales y encuestar a las personas seleccionados sin contratiempo alguno, durante los tres meses que durará la administración de los instrumentos.

Para el aseguramiento en la administración de los cuestionarios, se realizó una supervisión in situ verificando que se aplicaran correctamente. Es importante comentar que éste se administró con la participación de 35 personas por cabecera

en forma oral, tipo entrevista, lo cual es lo más recomendable porque no todos los participantes leen con facilidad. Los participantes serán divididos por edades de la siguiente forma: jóvenes (18-29 años), adultos (30-59 años) y adultos mayores (más de 60 años).

Plan de análisis de la información

Una vez recopilada la información se procederá al análisis de la información mediante las utilerías de Excel y el programa estadístico SPSS. La escala utilizada es: de 1 a 1.5 es "totalmente en desacuerdo"; de 1.51 a 2.5 es "en desacuerdo"; de 2.51 a 3.5 es "indiferente"; de 3.51 a 4.5 es "de acuerdo"; y de 4.51 a 5.0 es "totalmente de acuerdo". Por otra parte, los comentarios cualitativos al final del cuestionario se agruparán por frecuencia de mención y se organizarán en categorías definidas (Álvarez-Gayou, 2003). Los resultados se presentaran en forma estadística y descriptiva.

Fase 2

Elaboración del modelo conceptual

En esta fase se elaborará una propuesta de modelo conceptual para el desarrollo de MIPyMEs con base en las habilidades administrativas e idiosincrasia de los empresarios para ayudar al sector público, empresas e instituciones educativas a atender las demandas de las regiones con bases más firmes y no solo económicas o de mercado, tomando en cuenta al ser humano y la necesidad de desarrollo comunitario.

Resultados

Teniendo en cuenta los objetivos mencionados en el apartado anterior se llegó a la conclusión de que los productos y resultados esperados son los siguientes:

1. Resultados de la aplicación del instrumento que permita discernir a las habilidades administrativas de los empresarios de la MiPyMEs.
2. Resultados del instrumento que permita identificar las particularidades de cada región, en relación a la idiosincrasia de los empresarios de las MiPyMEs y sus efectos en la forma de hacer negocios.
3. La elaboración de un modelo conceptual para desarrollar a las MiPyMEs tomando en cuenta a las habilidades administrativas y los rasgos de idiosincrasia de las cuatro regiones del estado de Campeche.
4. Diseño de indicadores para la medición y evaluación del modelo de desarrollo de MiPyMEs.

Anexo

Cronograma de actividades

ACTIVIDAD	2018												2019				
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	
Planteamiento del problema, preguntas, objetivos, importancia y delimitaciones del estudio																	
Revisión de la literatura																	

Elaboración del marco teórico	■	■																
Diseño de la investigación		■	■															
Definición de los instrumentos			■	■														
Prueba piloto de los instrumentos					■													
Definición de la muestra y de los sujetos de estudio						■	■	■	■	■								
Recolección de datos											■	■	■	■	■			
Análisis de datos														■	■	■		
Elaboración del reporte de investigación y propuesta del modelo																■	■	

Lista de referencias

- Álvarez-Gayou, J. L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. Recuperado en: <http://www.ceppia.com.co/herramientas/Herramientas/Hacer-investigacion-alvarez-gayou.pdf>
- Allport, G. W. (1937). *Personality: a psychological interpretation*. Oxford, England: Holt.
- Ávila, J., Barroso, F. y Santos, R. (2013). *Desarrollo de micro y pequeños empresarios con base en competencias emprendedoras y rasgos de introversia: un estudio en los municipios del interior del estado de Yucatán*. Recuperado en: <http://congreso.investigacion.unam.mx/docs/zvii/docs/1.DK1.pdf>
- Barragán J. y Pagán, J. (2002). *Administración de las pequeñas y medianas empresas: retos y problemas ante la única economía global*. México: Trillas.

Certo, S. C. (2001). *Administración moderna. Diversidad, calidad, ética y el entorno global*. Boston, Mass. Ally & Bacon, p 3x.

Chiovenato, I. (2002). *Administración en los nuevos tiempos*. Bogotá: McGraw-Hill

Daft, R. (2008). *La experiencia del liderazgo*. Thompson.

Debernardo, H., y Hurtado, M. (2010). *Las Pymes, Principales causas de fracaso y cómo combatirlas*. ISEF. México.

Díaz, J. A., y Sánchez, G. A. (2012). *Las Mipymes en el contexto mundial: sus particularidades en México*. Iberikarum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana, 7(14), 128-158.

Griffin, R. W., Ebert, R. J., y Rosales, E. T. (2005). *Negocios*. Pearson Educación.

Hellriegel, D., Jackson, S. E., y Slocum, J. W. (2002). *Administración: un enfoque basado en competencias*. Thomson Learning.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Sexta Edición. Editorial Mc Graw Hill. México.

Hofstede, G. (2002). *The pitfalls of cross-national survey research: a reply to the article by Spector et al. on the psychometric properties of the Hofstede values survey module 1984*. Applied Psychology, 51(1), 170-173.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). *Censos Económicos 2014. Resultados Oportunos*. Recuperado el 11 de mayo de 2015 de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cce/ce2014/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). *Esperanza de vida de las empresas en México*. Recuperado el 30 de abril de 2015 de

<http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/investigacion/Experimentales/Esperanza/default.aspx>

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). *Indicadores de ocupación y empleo. Cifras oportunas durante marzo de 2015*. Recuperado el 03 de mayo de 2015 de http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2015/focefoce2015_04.pdf
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (2010). *Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México*. SEGOB Secretaría de Gobernación. Recuperado en: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMMD4campecheregionalizacion.html>
- Katz, R. L. (2009). *Skills of an effective administrator*. Harvard Business Review Press.
- Lee, C. (1973). *Modelos de planificación*. Ediciones Pirámide S.A. España.
- Lewitt, T. (1974). *Managerial Merry go round*. Harvard Business Review, 52(4), 120-128.
- McCall, M. W. (1988). *High flyers: Developing the next generation of leaders*. Harvard Business Press.
- Mendoza, S. (2008). *Supervivencia de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPyME)*. Revista de CESUN Universidad, 1(1), 38-48.
- Mintzberg, H. (1973). *Naturaleza del trabajo de los managers*. Nueva York, Harper & Row, pp 92-93
- Montana, P. J., y Charnov, B. H. (2002). *Administración*. Continental.
- Morales, O. (28 de agosto de 2010). *Importancia de la cultura al momento de hacer negocios internacionales*. Recuperado el 12 de marzo de 2013, de América Economía: <http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/comercio/la-importancia-de-la-cultura-al-momento-de-hacer-negocios-internacionales>
- Pavón, L. (2010). *Financiamiento a las microempresas y las pymes en México 2000-2009*. CEPAL, Naciones Unidas. Serie Z28 Financiamiento del desarrollo. Recuperada de: <http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5205/1/S3238e.pdf?sequence=1>
- Pidd, M. (1988). *Five simple principle of modelling*. In Proceedings of the 28th conference on Winter simulation (pp. 721-728). IEEE Computer Society.

Puga, T. (2014). Negocios en México nacen (...) y se mueren. Recuperado el 20 de diciembre de 2015 de <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/negocios-en-mexico-nacen-y-se-mueren.html>

**Real Academia Española. Diccionario de la Lengua Española (2014). 23ª edición. <http://www.rae.es/>
Fecha de consulta: 04 de septiembre de 2015**

Robbins, S. P. (2005). Administración. Pearson educación.

Robbins, S. y Judge, T. (2008). Comportamiento organizacional. Estados Unidos: Pearson.

Rodríguez, R. (2009). La cultura organizacional. Un potencial activo estratégico desde la perspectiva de la administración. *Invenio*, 12(22).

Robbich, M. (1873). The nature of human values. New York, NY, US: Free Press.

Schermerhorn, J. (1983). Management and organizational behavior essentials. Wiley.

Sérvulo, A. (2010). Administración de pequeñas empresas. México, D.F. McGraw Hill.

Sistema de Información Empresarial Mexicana (2016). Estadísticas, Estado, Tipo y Rango de Empleados. Recuperado en siem.gob.mx

Smircich, L. (1983). Concepts of culture and organizational analysis. Administrative science quarterly, 330-358.

Whetten, D. Y Cameron, K. (2016). Desarrollo de habilidades directivas. Pearson Educación.

Zorrilla, S. (2008) Cómo aprender economía: conceptos básicos. Editorial Limusa.

Liderazgo Transformacional y Liderazgo Transaccional: su contribución al Desempeño Organizacional según su estilo en las pequeñas empresas de comercio de ciudad Obregón, Sonora

Modalidad: Protocolo de Investigación

**Beatriz Alicia Leyva Osuna
Sergio Ochoa Jiménez
Alma Rocío García García**

Instituto Tecnológico de Sonora
05 de Febrero 818 Sur Col. Centro CP 85000, Ciudad Obregón, Sonora, México

Liderazgo Transformacional y Liderazgo Transaccional: su contribución al Desempeño Organizacional según su estilo en las pequeñas empresas de comercio de ciudad Obregón, Sonora

Resumen

Esta investigación pretende medir la relación entre Liderazgo Transformacional y Transaccional, los cuales según estudios empíricos afectan al desempeño organizacional de manera positiva y directa; las dimensiones que componen cada variable se estudiarán y permitirán medir dicha relación. En el presente trabajo se expone la primera sección donde se formula la pregunta de investigación: ¿Cuál es el impacto que tienen el Liderazgo Transformacional y el Liderazgo Transaccional del directivo, en el Desempeño Organizacional de las pequeñas empresas comerciales de Ciudad Obregón, Sonora? Y como objetivo Analizar el impacto que tiene el Liderazgo Transformacional y el Liderazgo Transaccional en el Desempeño Organizacional de las PyMES del sector comercio de Ciudad Obregón, Sonora. Los resultados que se tienen a través de estudios empíricos dicen que lo más favorable es llevar a cabo los dos tipos de liderazgo, cabe señalar que esto depende de los propósitos de la organización para que una persona combine ambos liderazgos en mayor o menor medida lo que puede ayudar a alcanzar los propósitos con mayor eficacia, mejorando así el desempeño de sus integrantes y su desempeño organizacional.

Palabras Claves: Liderazgo, Desempeño, Pequeña Empresa

Introducción

La situación con referente al liderazgo y desempeño organizacional en las pequeñas empresas de comercio en Ciudad Obregón, Sonora, se considera de suma importancia ya que el liderazgo forma parte esencial del dirigente de las organizaciones lo que permite mantenerlas en el mercado a través de alcanzar sus objetivos. Para este anteproyecto se desarrolla un planteamiento del problema con su respectiva pregunta de investigación, el objetivo, marco de referencia y metodología.

Antecedentes

De acuerdo a los datos oficiales, las PyMes en México representan el 99.8% de las empresas productivas en el país, que generan el 78% del empleo y 42% del Producto Interno Bruto, estos porcentajes corresponden al universo de pymes de 4.2 millones de empresas, (Forbes, 2018). Las MiPyMes se componen por la mayor parte de empresas que representan la economía del país.

Las empresas en México se clasifican de la siguiente manera como se muestra en la tabla 1, según Diario Oficial de la Federación, (2013); para este anteproyecto se considera el indicador “número de trabajadores” para dicha clasificación.

Tabla 1.
Clasificación de las PyMes

Sector	Tamaño	Número de Trabajadores
Comercio	Pequeña	Desde 11 hasta 30
	Mediana	Desde 31 hasta 100
Servicio	Pequeña	Desde 11 hasta 50
	Mediana	Desde 51 hasta 100
Industria	Pequeña	Desde 11 hasta 50
	Mediana	Desde 51 hasta 250

Fuente: Diario Oficial de la Federación (2013). Clasificación de las PyMes, 2009.

Aunque el panorama que visualizan las PyMes de México es moderado, tienen como opción buscar formas para ser más innovadoras, que permita el crecimiento en el mercado interno y externo, si esto se cumpliera las podría llevar a obtener al menos un crecimiento del 4% de los ingresos. (Forbes, 2017). Así también se externa que más del 40% de las medianas empresas tienen como estrategia la mejora de sus procesos que ayudará a ser más competitivas.

Los problemas más comunes según el portal de Somos PyMes (2017), en las pequeñas y medianas empresas, es la falta de profesionalización en varias de sus áreas como por ejemplo: atención al cliente, registros y seguimiento en los procesos donde se involucra la calidad, así también más control con sus proveedores, planeación, gestión y acercamiento con el personal, entre otros; donde queda muy claro la falta de liderazgo, por mencionar algunas.

De acuerdo a informe de INEGI (2014) se confirma que el número de empresas que nacen son las mismas que cierran acompañadas de otras empresas que ya habían iniciado su operación, por lo que la cifra anual de cierre

de empresas aumenta. Esto derivado de los mismos problemas que enfrentan las PyMes en México, algunos de ellos se concretan en la falta de procesos, falta de capital para reinvertir, falta de facilidad para acceder a créditos, no contar con personal preparado a desarrollar las actividades en la empresa, no modernizarse, falta de tecnología, falta de una buena administración operativa y estratégica en estas empresas.

Siempre ha existido la inquietud del ser humano de organizarse y agruparse; esto se observa desde las tribus nómadas, donde existía una persona la cual era poseedora de grandes características, dotes, habilidades que le permitían ser el líder y quienes se encargaban de otorgar protección a los suyos. Los líderes se consideran a nivel mundial las personas que cuentan con un sinnúmero de capacidades y habilidades que a través de los años se ha formado por experiencia y en ocasiones por su preparación académica; esto hace que el líder sostenga los grupos a su cargo asumiendo la responsabilidad de cada actividad, y accionar de cada miembro del grupo que permita alcanzar la armonía, entre todos los elementos que conforman los grupos y empresas. (Izquierdo, Novillo & Mocha, 2017).

De acuerdo a que las empresas quieren permanecer en su mercado, buscan las estrategias que les permitan sostenerse a través de la competitividad, para mantener ese rumbo el que dirige debe armonizar los recursos, sistemas, información, toma de decisión con su personal. Por ello, es importante que no solo

se ejerza una buena administración en la que se vean estadísticas, procesos, finanzas, producción, maquinaria etc., si no que se complemente con el liderazgo ya que permite dirigir y guiar a las personas que apoyan en las actividades antes mencionadas y como consecuencia hace que las PyMes sean más rápidas, flexibles, e innovadoras, (Guevara, 2017).

De acuerdo a situaciones ya expuestas se determina que se considera el liderazgo como una estrategia importante que permite desarrollo y administración correcta de las PyMes, ya que a través de él se da el rumbo a la eficacia y competitividad organizacional. En los años cincuenta, sesenta y setenta se consideraban épocas sin toma de decisiones rápidas, sin adaptación de tecnologías en corto tiempo, relativamente poca competencia etc., en la actualidad se tiene que hacer cosas diferentes y rápidas, la exigencia va más allá para el logro de sobrevivir en el mercado, se necesita y se exige un buen "liderazgo". (Vázquez, 2013).

Del Castillo y Vargas (2009), exponen que el desempeño se visualiza de manera organizacional e individual, en décadas pasadas se utilizaban medidas para el desempeño que se basaban en tiempo y movimientos, pero de acuerdo al ambiente de los negocios, competencia y clima organizacional, permitió la evolución en dichas medidas. El logro de metas en las áreas operativas junto con las personas de esas áreas, han logrado ser el nuevo insumo para medir el

desempeño organizacional en el que directamente se ve la influencia de líder para maximizar la eficiencia y la eficacia en una organización.

El acercamiento a temas de estrategia, provoca incertidumbre en los empresarios de las PyMes, ellos prefieren trabajar al día resolviendo problemas del día, en cuestiones más operativas, olvidando que el crear una ventaja competitiva, permite mantenerse en su mercado y no solo eso, también ayudará al crecimiento de la empresa. Para Nacional Financiera (2016) el crear una ventaja competitiva considera el nivel externo es decir debe enfocar sus esfuerzos al mercado y enfrentar la competencia, así como estar preparados para enfrentar o aprovechar los cambios en la política, economía, y sociales. La ventaja competitiva no solo toma en cuenta el ambiente externo, así también enfoca sus esfuerzos al ambiente interno donde se combinan las actividades, funciones recursos, y principalmente el personal, quienes ayudarán al logro y sostenimiento de la ventaja competitiva, gracias al liderazgo ejercido por el representante de la empresa.

Planteamiento del Problema:

Las unidades económicas en Sonora son en su totalidad 90,642 y representan el 2.1% de las empresas del país, datos proporcionados por (INEGI, 2014), que representa el (2.1%) de las empresas del país.

En Sonora el 60% de las PyMes tienen que cerrar a los dos años de haber iniciado operaciones según Proyecto Puente (2017). Estos resultados se obtienen

gracias a la deficiente administración, carente de cultura empresarial, desconocimiento de la competencia, falta de tecnología, modernización y falta de liderazgo, entre otros. Sin embargo en la tabla 3, INEGI (2014), muestra que la esperanza de vida de una empresa es de 8 años al nacer.

Tabla 2.

Esperanza de vida de los negocios en Sonora.

Edad de las Empresas	Esperanza de vida (números de años)
Al nacer	8.1
1 año	8.4
5 años	10.1
10 años	12.6
15 años	15.7
20 años	19.6

Fuente: INEGI. (2014). Censos Económicos 1989, 1994, 1999, 2004, 2009 y 2014.

Nota: Esta gráfica representa el número de años que les queda por vivir a los negocios habiendo cumplido una edad determinada.

De acuerdo a la tabla 2, la esperanza de vida para las empresas en su ambiente, cada vez es más corta cuando logran sobrevivir un promedio de cinco años.

Tabla 3.

Tasas de nacimientos y muertes de establecimientos según entidad federativa y nacional a mayo 2012.

	Nacimientos	Muertes	Crecimiento
Sector Comercio en Sonora	26.6	30.8	-4.1
Sector Comercio a nivel Nacional	27.0	21.7	5.2

Fuente: INEGI 2012. Análisis de la Demografía de los establecimientos.

Son preocupantes las cifras que muestra la tabla 3, donde indica que son más las empresas que salen del mercado que las empiezan operaciones, esto es ya que las empresas comerciales que iniciaron labores antes del 2012, se suman al cierre por ello el crecimiento con signo negativo.

Para Lozano, Hernández y Ruíz (2016), la baja o cierre de las PyMes, se debe principalmente por la falta de liderazgo, ya que el líder es el responsable de hacer crecer la empresa familiar, mantener unidos todos los sistemas administrativos y operativos y así alcanzar las metas establecidas en la empresa. La falta de líder hará que la responsabilidad, motivación y dirección en un negocio no existan y por ende tampoco la empresa.

Tabla 4.

Establecimientos y personal ocupado en México durante 2014, por actividad económica

Número de Establecimientos 5,654, 014	Industria	10.7 %
	Servicio no financieras	42.5 %
	Comercio	44.8%
	Resto	2.0 %
Personal Ocupado 29,642, 421	Resto	8.1. %
	Servicio no financieras	49.5 %
	Comercio	24.3 %
	Industria	18.1%

Fuente: INEGI (2014). Censos Económicos.

Esta investigación pretende estudiar a las pequeñas empresas del sector comercial, el cual se visualiza en la tabla 3, que el segundo sector más importante a nivel nacional es el sector comercio en número de unidades como en ofrecer empleos.

El sector comercio en ciudad Obregón es una de las actividades económicas que se considera como la más importante y que genera más empleos en la ciudad, seguida por las actividades de ganadería, agricultura, acuacultura y maquiladoras, (PICO, 2000).

Si bien estamos de acuerdo con la problemática de cierre año con año de las PyMes, que se debe a varios factores en las mismas, no se pierde de vista que todo recae en un solo actor en este escenario, quien fundó el negocio, quien tuvo la esperanza de hacerlo crecer y ser competitivo, quien al final no supo enfrentar los fuertes desafíos y aprovechar las oportunidades para su empresa, hablamos de la persona que toma las decisiones en el porvenir del negocio, a quien se le conoce como el líder.

Pregunta de Investigación

De acuerdo a lo expuesto anteriormente en antecedentes, y problema, surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es el impacto que tienen el Liderazgo Transformacional y el Liderazgo Transaccional del directivo, en el Desempeño Organizacional de las pequeñas empresas comerciales de Ciudad Obregón, Sonora?

De acuerdo a los antecedentes y problema presentados anteriormente en este capítulo, se elabora el objetivo de investigación el cual se enfoca a:

Objetivo General:

Analizar el impacto que tiene el Liderazgo Transformacional y el Liderazgo Transaccional en el Desempeño Organizacional de las PyMES del sector comercio de Ciudad Obregón, Sonora.

Objetivos Metodológicos de la Investigación.

El alcance de los objetivos metodológicos ayuda al logro del objetivo general de la investigación, por lo que es importante establecerlos. A continuación se presentan dichos objetivos:

1. Analizar los antecedentes de los estilos de Liderazgos Transformacional y Transaccional.
2. Revisar el marco teórico y conceptual que ayude a construir las variables de Liderazgos Transformacional y Transaccional, así como la variable de Desempeño Organizacional.
3. Aplicar un instrumento por medio del cual se midan las variables ya mencionadas para el estudio.
4. Determinar la población de las pequeñas empresas comerciales, para hacer el cálculo de la muestra.
5. Validar el contenido del instrumento con expertos en las variables del estudio.
6. Realizar una prueba piloto para medir la confiabilidad de las variables.
7. Llevar a cabo el trabajo de campo, que permita analizar la información obtenida para posteriormente presentar los resultados del estudio.

Marco de Referencia Teórico

A través de este apartado se mostrarán las bases para dar inicio a la extensa búsqueda de referencias teóricas y empíricas sobre las variables de liderazgo transformacional- transaccional y desempeño organizacional del estudio. Aquí se muestra las bases para referenciar solo el protocolo de investigación.

Weschler y Massarik (1971) citados por Ramírez, y Sgambatti, (2008). Exponen que los líderes son aquellos que con sus actos logran influir en sus seguidores para alcanzar los objetivos organizacionales, a través de las metas grupales y así satisfacer también sus metas personales.

Bass se basa en lo que planteó Burns en 1978 donde distingue dos tipos de liderazgo el transaccional y transformacional, así también visualiza el liderazgo como un intercambio entre el líder y miembros de su equipo, donde a éstos se les da un valor por su trabajo, Bass estudia y obtiene como resultado la relación existente entre costo-beneficio, (Bass, 1999). Para hacer más clara la diferencia entre estos estilos de liderazgo se puede decir que “El líder transformacional enfatiza lo que tú puedes hacer por tu país y el líder transaccional se centra en lo que tu país puede hacer por ti” Burns (1978) citado por (Mendoza, Ortiz y Parker ,2007. Pag. 26).

Liderazgo Transformacional

Este estilo de liderazgo es considerado transformador ya que Bass (1985), explica que se fija en las necesidades humanas, con especial énfasis en la

autoestima, crecimiento de manera personal y autorrealización. Estos líderes se enfocan en estimular la visión del individuo dentro de su grupo, lo cual lleve a dejar los intereses particulares y retomar los del grupo, lo más importante es que lo hacen aun cuando estos seguidores no tienen satisfechas sus necesidades principales. Este líder estimula tanto el desarrollo de cada individuo que logra su transformación para la convicción colectiva.

Para mejorar el desempeño organizacional, se considera que el liderazgo transformacional es el más efectivo, por las mejoras en los individuos los cuales apoyan incondicionalmente las metas de la organización. (Yammarino, Spangler y Bass, 1993), citado por (Ramírez & Sgambatti, 2008). El Liderazgo transformacional se conforma por las siguientes dimensiones, las cuales se explicarán más adelante: 1) estimulación intelectual, 2) influencia idealizada (carisma) por conducta o atributos, 3) motivación por inspiración, y 4) consideraciones individuales. (Avolio et al, 1995) citado por (Ramírez & Sgambatti, 2008).

Liderazgo Transaccional

Este estilo de liderazgo se basa específicamente en la personalidad, sus características y habilidades para llevar a cabo cambios, utiliza metas las cuales son retadoras y su visión es energizante, estos líderes no pretenden cambios dentro de la organización y en la cultura de la misma, al contrario trabajan sobre la existente, (Burns 1978) citado por (Fernández & Quintero, 2017).

Las dimensiones del liderazgo transaccional son: 1) premios por contingencia, 2) gerencia por excepción activa y 3) gerencia por excepción pasiva, (Avolio, Bass & Jung, 1999) citados por (Ramírez & Sgambatti, 2008). En la figura 1, se visualiza las variables y sus relaciones.

A continuación en la tabla 4, se presentan las variables de los liderazgos y sus dimensiones.

Tabla 5.
Modelo de Liderazgo de Bass y Abolio

Liderazgo Transformacional					Liderazgo Transaccional		
Carisma							
Influencia Idealizada (atributos) IIA	Influencia Idealizada (Conducta) IIC	Inspiración motivacional IM	Estimulación intelectual EI	Consideración Individual CI	Premio Contingente PC	Administración por excepción activo AEA	Administración por excepción pasivo AEA

Fuente: Adaptado de Mendoza, García y Uribe, (2014).

Desempeño Organizacional

Al Desempeño Organizacional Gopalakrishnan (2000), lo explica haciendo énfasis en componentes como la eficiencia, la efectividad y resultados financieros, donde la eficiencia la distinguen y forman parte importante en ella los recursos de

la empresa, la efectividad está relacionada con el crecimiento en la organización y las utilidades se relacionan con el resultado financiero.

Para los sociólogos, psicólogos, administradores o bien investigadores de diferentes áreas, no han logrado llegar a un acuerdo sobre la eficiencia y eficacia, por lo pronto se definirá como eficacia cumplir con objetivos, y eficiencia la manera o forma de alcanzar los objetivos, (Mayo, Loredo & Reyes, 2009).

A continuación en la tabla 5, se exponen las dimensiones del Desempeño Organizacional.

Tabla 6.

Indicadores de Desempeño con respecto a la eficacia y Eficiencia de una organización

Eficacia	Eficiencia
Crecimiento en Ventas	Relación de costo-beneficio de los programas
Estabilidad Laboral	
Cliente Satisfecho	
Crecimiento en Instalaciones	

Fuente: adaptado de Lusthaus, Adrien, Anderson y Carden (2001), Evaluación Organizacional: Marco para mejorar el Desempeño. Gopalakrishnan (2000), Unravelling the links between dimensions of innovation and organizational performance.

A continuación la figura 1, expone las dimensiones por variables que se estudiarán en este trabajo.

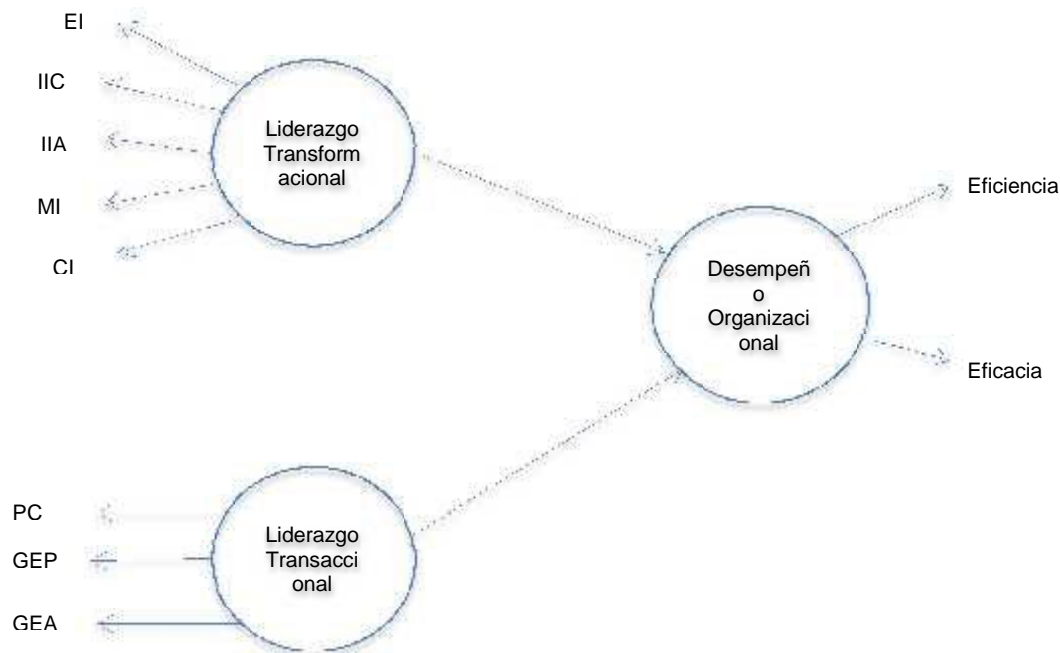


Figura 1. Modelo Teórico. Elaboración propia, basado en Mendoza, García y Uribe, (2014). Lusthaus, Adrien, Anderson y Carden (2001) y Gopalakrishnan (2000).

Descripción de la Metodología

Tipo y Diseño de la investigación

En este apartado se describe la metodología para la planeación, recolección y análisis de la información de las variables expuestas con anterioridad. Para esta investigación se pretende utilizar el método científico de forma cuantitativa, ya que permite el desarrollo del pensamiento de causa y efecto, así como de conocimiento sobre las variables de investigación, y la formulación de hipótesis. (Tamayo 2004). Bernal (2006) agrega que el método cuantitativo se basa en generalidades para dar respuesta a situaciones en particular. De acuerdo al mismo autor Bernal, el estudio será de tipo descriptivo, ya que se registrará, e identificarán situaciones del fenómeno estudiado y se considera correlacional,

porque se determinarán relaciones de una variable con otras, a través de cálculos estadísticos de las ya mencionadas variables del estudio, (Kelly, 1982). Su diseño será no experimental y transversal, porque las variables no serán manipuladas y la obtención de los datos se llevarán en solo momento, (Toro y Parra, 2006).

Para determinar el tamaño de las pequeñas empresas comerciales nos basamos en la Clasificación de las MiPyMes (2009). Publicada en el Diario Oficial de la Federación (2013). Donde se especifica que de 11 a 30 empleados se consideran pequeñas empresas comerciales y de 31 a 100 empleados son medianas empresas comerciales.

Técnicas de Investigación

Las técnicas de investigación que se utilizarán en esta investigación de acuerdo a Bernal (2006) se describen a continuación:

- a) Búsqueda de Información Bibliográfica, a través de fuentes secundarias, (base de datos, artículos de investigación) que permitan fundamentar teóricamente las variables independientes y dependientes de la investigación.
- b) La Entrevista. La entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, Según el fin que se persigue con la entrevista, ésta puede estar o no estructurada mediante un cuestionario previamente elaborado.

- c) La Encuesta. La encuesta es una técnica de adquisición de información mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede obtener la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado.

Población y Tamaño de la Muestra

Para obtener la población de las pequeñas empresas comerciales de Ciudad Obregón, se consultó la página de INEGI-DENUE 2014, la cual se complementará con la base de datos de CANACO de Ciudad Obregón y Directorio Telefónico de la misma Ciudad. Para determinar el cálculo de la muestra se hará a través de la fórmula de poblaciones finitas.

Criterios para la inclusión de participantes

La unidad de análisis en esta investigación se describe de la siguiente manera:

Tabla 7. Unidad de Análisis

Empresa	Datos
Sector	Comercio
Ubicación	Cd. Obregón, Sonora
Número de Empresas Pequeñas	258*
Personas a Entrevistar	Personas con máxima jerarquía en la empresa, o tomador de decisiones (Dueño, Gerente, Administrador)

Fuente: Elaboración Propia (2018)
* Datos obtenidos de INEGI-DENUE (2014)

Validez de contenido y Confiabilidad

El cuestionario se pretende validar con tres expertos en el tema de investigación, así también se aplicará la prueba piloto a 30 empresas de la muestra obtenida; la confiabilidad se medirá con el alpha de cronbach en el sistema estadístico SPSS.

Modelo Estadístico

Se pretende analizar la información de manera estadística con el método de Ecuaciones Estructurales a través del software SMART-PLS (Ecuaciones Estructurales).

Posibles Resultados

A continuación se presentan posibles resultados de trabajos empíricos que ayudarán a orientar los posibles resultados que se obtengan de esta investigación.

Se tiene claro que impacta de manera favorable el liderazgo transformacional en lo que tiene que ver con reacciones emocionales y psicológicas de las personas que integran una organización, lo cual se determina gracias a las dimensiones de reconocimiento individual, estímulo intelectual, y carisma (motivar e inspirar a los seguidores), esto ayuda a mejorar la eficacia y

efectividad en el desempeño individual y grupal de los seguidores del líder. (Sosik et al., 2002).

El cambio organizacional y la mejora de la eficacia de acuerdo a Mendoza, y Ortiz (2006), es más evidente cuando se combinan los ambientes donde existe liderazgo transaccional y liderazgo transformacional. Esto está relacionado con el modelo de Liderazgo Rango Completo FRL, planteado por Bass y Avolio citados por Mendoza, y Ortiz (2006).

En el estudio realizado por Ramírez y Sgambatti (2008), explican que los hombres son los que más mostraron estilo transaccional en su liderazgo, basados en especial en las dimensiones de gerencia por excepción activa y gerencia por excepción pasiva. Los autores argumentan que el liderazgo transformacional es más común y exhibido en empresas públicas que en las empresas privadas.

El liderazgo transformacional puede ser el estilo que ayude a lograr un cambio en las organizaciones a través de interacciones de confianza para que contribuya a la auto-organización y a su vez la organización siga sobreviviendo. Se considera que el mayor reto de las personas que dirigen es lograr el cambio de una manera distinta, que por ejemplo implica en ocasiones abandonar el control total en las planeaciones muy rígidas y que en varias ocasiones ni se alcanzan, también debe considerar a la organización de manera integral, que una toma de

decisión tenga implicación positiva en todos los sentidos de la labor, (Mendoza, García & Uribe, 2014).

Los coeficientes de relación reflejan resultados más altos en el liderazgo transformacional que en el liderazgo transaccional según estudio de Mendoza, García & Uribe (2014), los autores mencionan que se debe por que el dirigente de una organización dedica más tiempo y emplea más características de transformación a sus seguidores, asegurando así resultados positivos en ellos. Estos resultados se analizaron a través del método ecuaciones estructurales.

Para concluir este apartado se dice que lo más favorable es llevar a cabo los dos tipos de liderazgo claro que depende de los propósitos de la organización, el que una persona combine ambos liderazgos en mayor o menor medida puede ayudar a alcanzar los propósitos con mayor eficacia de la organización, mejorando su desempeño organizacional e individual de los individuos, (Almiron, Tikhomirova, Trejo, y García, 2015).

Referencias

- Almiron, V. Tikhomirova, A. Trejo, A. y García, J. (2015). Liderazgo transaccional vs Liderazgo transformacional. *Reidocrea*. 4(4). 24-27. Recuperado de: http://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/34629/AlmironArevalo_V4_Art4.pdf;jsessionid=CFF494F14A5D59EC7B149406C8EB8D99?sequence=6
- Bass, B. (1985). *Leadership and Performance Beyond Expectations*. New York: The Free Press. New York
- Bass, B. (1999). Two Decades of Research and Development in Transformational Leadership. *En: European Journal of Work and Organizational Psychology*. 8

(1), 9-13.

- Bernal Torres, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial PEARSON.
- Del Castillo, C., y Vargas, B. (2009). El proceso de gestión y el desempeño organizacional. Una aproximación a la nueva gestión pública desde el ámbito de los gobiernos locales. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 14 (26), 57-80.
- Diario Oficial de la Federación (2013). *Clasificación de las PyMes 2009*. Recuperado en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5328349&fecha=28/12/
- Fernández, M., y Quintero, N. (2017). Liderazgo transformacional y transaccional en emprendedores venezolanos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22 (77), 56-74.
- Forbes (2017). *Pymes mexicanas y su estrategia para 2017*. Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-y-su-estrategia-para-2017/>
- Forbes (2018). *Pymes mexicanas, un panorama para 2018*. Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-un-panorama-para-2018/>
- Gopalakrishnan, S. (2000). Unravelling the links between dimensions of innovation and organizational performance. *The Journal of High Technology Management Research*, 11(1), 137-53. Recuperado de: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1047831000000249#>
- Guevara, J. (2017). *Desarrollando Líderes para transformar resultados*. Recuperado de: <https://jorgeguevara.net/2013/01/02/el-liderazgo-en-las-pymes-i-2/>
- INEGI (2012). Análisis de la demografía de los establecimientos. Recuperado de: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/tabuladosbasicos/tabdirecto.aspx?s=est&c=33628>
- INEGI (2014). *Censos Económicos 2014. Resultados Definitivos*. Disponible en: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/>
- INEGI (2014). *Esperanza de vida de los negocios en México*. Disponible en: <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/investigacion/Experimentales/Esperanza/default.aspx>.
- Izquierdo, Novillo y Mocha (2017). El liderazgo en las microempresas familiares, desafíos y metas. *Revista Universidad y Sociedad*. 9(3), 2218-3620. Recuperado de: <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n3/rus13317.pdf>

- Kelly, W. (1982). *Psicología de la Educación. Psicología fundamental y didáctica*. Madrid: Ediciones MORATA, S.A. Recuperado de: <https://books.google.com.mx/books?id=ECaz9yx8MScC&pg=PA423&dq=que+es+una+correlación&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiGsJSFrdDQAhVpwlQKHWrkDsEQ6AEIGjAB#v=onepage&q=que%20es%20una%20correlación&f=false>
- Lozano, E. Hernández, E. y Ruíz, J. (2016). *La falta de liderazgo en las PyMes familiares mexicanas: un obstáculo para el crecimiento y la prosperidad del entorno empresarial*. Recuperado de: <https://www.uv.mx/icp/files/2018/02/Num05-Art04.pdf>
- Lusthaus, C., Adrien, M., Anderson, G., Carden, Fred., & Montalván, G. (2001). *Mejorando el desempeño de las organizaciones: método de autoevaluación.*, Costa Rica: Editorial Tecnología de Costa Rica. Recuperado de: <https://books.google.com.mx/books?id=uy90rmtckLIC&pg=PA69&dq=desempeño&hl=es419&sa=X&ei=bWUrVYCOOoP3oATM9oEY&ved=0CEcQ6AEwCTgK#v=onepage&q=desempeño&f=false>
- Mayo, J., Loredó, N., y Reyes, S. (2009). *Procedimiento para evaluar la eficacia organizacional*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/ce/2009a/acb.htm>
- Mendoza Martínez, I. Ortiz Arévalo, M. y Parker Rosell, H. (2007). Dos décadas de investigación y desarrollo en liderazgo transformacional. *Revista del Centro de Investigación. Universidad la Salle*, 7 (27), 25-41. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/html/342/34202702/>
- Mendoza, I. García B. y Uribe, J. (2014). Liderazgo y su Relación con Variables De Resultado: un Modelo Estructural Comparativo entre Liderazgo Transformacional y Transaccional en una Empresa de Entretenimiento en México. *Acta de investigación Psicológica*. 4 (1), 1412 – 1429. Recuperado de: https://ac.els-cdn.com/S2007471914703849/1-s2.0-S2007471914703849-main.pdf?_tid=380f20b2-b756-43e0-9beb-092ae28d24f3&acdnat=1530442650_511882b87f150d966b9435b31dc954e0
- Mendoza, I. García, B. y Uribe, J. (2014). Liderazgo y su relación con variables de resultado: un modelo estructural comparativo entre liderazgo transformacional y transaccional en una empresa de entretenimiento en México. *Acta de investigación psicológica*, 4(1), 1412-1429. Recuperado en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-48322014000100008&lng=es&tlng=es.

- Mendoza Torres, M., & Ortiz Riaga, C. (2006). El Liderazgo Transformacional, Dimensiones e Impacto en la Cultura Organizacional y Eficacia de las Empresas. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XIV (1), 118-134.
- Nacional Financiera, S.N.C. (2016) *Las Estrategias. SME TOOLKIT Herramienta PyME*. Recuperado de:
<http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3538/Las-estrategias>.
- PICO (2000). *Informe de Cajeme*. Recuperado de:
<http://www.parqueindustrialobregon.com/cajeme.php>
- Proyecto Puente (2017). *60% de las PyMes en Sonora cierra a los dos años: economía*. Recuperado de:
<https://proyectopuente.com.mx/2017/05/04/60-las-pymes-en-sonora-cierran-a-los-dos-anos-economia/>
- Ramírez, L. y Sgambatti, V. (2008). Liderazgo transformacional y transaccional en estudiantes de postgrados en gerencia del Área Metropolitana de Caracas. *Visión Gerencial*, (2), 403-416.
- Somos PyMes (2017). *Principales Problemas de las PyMes*. Recuperado de:
<http://www.somos-pymes.com/columnistas/lic-luciana-paulise/principales-problemas-de-las-pymes.html>
- Sosik, J. Potosky, D. y Jung, D. (2002). Adaptive Self- Regulation: Meeting Others' Expectations of Leadership and Performance. En: *The Journal of Social Psychology*. 142 (2), 211-232
- Tamayo, M. (2004). *Proceso de la Investigación Científica*. México: Editorial LIMUSA. Recuperado de:
https://books.google.com.mx/books?id=BhymmEqkKJwC&printsec=frontcover&dq=metodologia+dela+investigacion+tamayo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj_yYrUINDQAhVLxmMKHfmdAUYQ6AEIIDAC#v=onepage&q=metodologia%20dela%20investigacion%20tamayo&f=false
- Toro, I. y Parra, R. (2006). *Método y Conocimiento, Metodología de la Investigación*. Colombia: Fondo Editorial Universidad EAFIT. Recuperado de:
<https://books.google.com.mx/books?id=4Y-kHGjEjyOC&pg=PA158&dq=investigación+no+experimental&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiZ8abXvNDQAhWHqlQKHbTVAwQ6AEIGDAB#v=onepage&q=investigación%20no%20experimental&f=false>
- Vazquez, D. (2013). *El liderazgo como base de nuevas estrategias en las pymes*. Recuperado de:
<https://www.gestiopolis.com/el-liderazgo-como-base-de-nuevas-estrategias-en-las-pymes/>

Tipología de liderazgo con perspectiva de género: Un estudio de la PYME familiar en Ciudad Obregón

Modalidad: Protocolo de Investigación

Sergio Ochoa Jiménez
Carlos Armando Jacobo Hernández
Luis Alberto Limón Valencia

Departamento de Ciencias Administrativas
Instituto Tecnológico de Sonora
5 de Febrero 818 Sur, 85000, Cd. Obregón, Sonora; México, +52 (644) 410 9000
ext. 2723

Tipología de liderazgo con perspectiva de género: Un estudio de la PYME familiar en Ciudad Obregón

Resumen

Conjuntar en la práctica, dos entes sociales como son la familia y la empresa, genera una dinámica particular en las organizaciones que puede ser una pareja perfecta, o bien, una dispareja. Lo anterior, puede acentuarse al momento en que el fundador o fundadora, decide ceder la dirección u surgen las inquietudes de quién será y si las características del sucesor-sucesora son determinantes, sobre todo el género. Por ello, la presente investigación pretende dar cuenta de dicha dinámica a partir del estudio del tipo de liderazgo del directivo fundador y sucesor, visto desde la perspectiva del género que permita dar cuenta de dicho fenómeno, sobre todo derivado del proceso de sucesión, a través de un estudio mixto, para así generar aportaciones en el campo de estudio con un modelo explicativo de dicha realidad.

Palabras clave: Sucesor, fundador, mujer, hombre, empresa familiar.

Introducción

Las pequeñas y medianas empresas son identificadas como una de las principales fuentes de empleo, con aportación a la economía nacional y sobre todo a la creación de nuevos productos y servicios. Aun cuando la mayoría puede considerarse de carácter familiar, se desconocen aquellos elementos fundamentales que la distinguen. Aunado a lo anterior, el concepto de empresa familiar no es desconocido por parte de los investigadores, pero tampoco existen un acuerdo generalizado referente a la conceptualización de ella.

Hablando del estudio de la empresa familiar, este concepto es relativamente nuevo en la disciplina de la investigación. Sin embargo, cada vez es mayor la importancia que se le da a este tipo de organizaciones tanto en México como en distintas partes del mundo. Se considera de suma importancia estudiar y analizar la relación que existe entre empresa y familia, ya que ambas pueden constituirse como una organización. Hoy día, diversas familias debido a la falta de empleos y oportunidades laborales optan por autoemplearse, es decir, crear su propia fuente de empleo con el desarrollo de una organización. A su vez, este tipo de personas o grupos deciden crear estas nuevas empresas para satisfacer sus necesidades como; “el ser su propio jefe”.

En búsqueda de ello, es necesario remitirse a lo que es la familia y su relación con otros ámbitos institucionales, con los que establece un conjunto de relaciones de

complementariedad y contradicción que inciden ampliamente en el rumbo particular que asume cada uno de ellos. “Así, la familia, espacio básico de socialización del individuo, nunca dejará de tener importancia en el mundo del trabajo. Ello es válido no sólo para la empresa familiar, sino para todo tipo de organización”. (Rendón, 2009: 394).

Para Irigoyen (2005) el criterio más general para considerar a una empresa su categoría de familiar es que la propiedad y la dirección están en manos de uno o más miembros de una o más familias. Poza (2004) coincide en lo anterior, agregando que la influencia en la dirección estratégica de la empresa, lo hacen merced a su participación, control de la propiedad, preferencias estratégicas y a la cultura y los valores que imprimen en la empresa. Con la posibilidad de continuidad de generación a generación.

Belausteguigoitia (2010) reafirma lo de la posesión y dirección, pero les llama, considerando un aspecto espiritual como “empresas con alma”, dado que el corazón de las familias está en ellas. Si bien no hay un consenso las aportaciones anteriores, se visualiza algunos aspectos de similitud. Por ejemplo, relacionada con la propiedad de la empresa, así como la dirección de la misma. Lo cual se refleja en un aspecto esencial, que debe existir la participación e interacción entre dos o más miembros de la familia. De la posesión, no necesariamente significa que la familia tenga la posesión total o mayoritaria. Finalmente, sin ser una

generalidad, un elemento toral es como considera la familia que la organización se destine a ser transferida a las próximas generaciones.

Este último autor menciona una tipología de empresas familiares, siendo las siguientes:

1. Controlada mayoritariamente por la familia, pero no es operada por sus miembros
2. El negocio de una gran compañía multinacional operado por miembros de una familia local
3. Una controlada por dos personas sin relación familiar, cuyos hijos trabajan en ella
4. Negocio propiedad de dos amigos, que son como hermanos

De tal forma que las empresas familiares son aquellas que presentan intervención de una o dos familias, ya sea en la dirección organizacional o en la operación, por la tanto la toma de decisiones es en conjunto, deben poseer una mayoría de acciones, presentan su propia cultura organizacional. No obstante, las empresas familiares y sin ser una generalidad, consideran que la organización se destine a ser transferida a las próximas generaciones de la familia.

Aunado a la poligamia conceptual, en México son pocos los estudios estadísticos que den datos precisos de este tipo de empresas, de manera primordial la aportación económica es un elemento faltante en los datos. Sin embargo, en la encuesta de empresas familiares 2012 Pricewaterhouse Coopers PWC, (2012), se afirma que de este tipo de empresas el 68% creció y un 24% proyecta crecer de manera acelerada durante los siguientes cinco años. Respecto a la gobernanza, una tercera parte cederá la administración del negocio a la siguiente generación y otro 36% cederá la administración a personal profesional no familiar. Un porcentaje similar manifestó no tener un plan de sucesión. El tiempo de vida y la permanencia familiar a través de las generaciones se plasma en la estadística siguiente: el 70% no tiene más de 50 años operando; en el 72% de ellas coexisten la primera y segunda generación que está a cargo de la administración. Pero el porcentaje se reduce a 24% para las empresas en las que participa la tercera generación (padres-hijos-nietos) y sólo el 4% pertenece a la cuarta generación o más. Del total de las personas que participaron en la encuesta, más del 85% son dueños que dirigen su propia empresa.

Existen otros estudios de empresas mexicanas. Están enfocados a temas tan diversos, como las posibilidades que dan las diversas disciplinas de su abordaje. Van desde aspectos legales como “El protocolo familiar. La contractualización en las familias empresarias para la gestión de las empresas familiares en Distrito Federal, México” de Echaiz Moreno, Daniel. (2010), Valores Familiares de Garza

Ramos, M.I. Et al. (2011), Retribución de los empleados de Sánchez Marín, Gregorio; Carrasco Hernández, Antonio J. y Madero Gómez, Sergio Manuel. (2010), así como Determinantes de la estructura de capital de García Berumen González, José; García Soto, Pablo y Domenge Muñoz, Rogerio. (2012), entre un limitado etcétera.

Precisamente con el fin de clasificar los estudios realizados, Sharma (2004) propone una categorización enfocada a los estudios en las empresas familiares de lo individual, interpersonal, organizacional y societal. En Latinoamérica se han hecho algunos estudios, uno de ellos es “Una perspectiva heterodoxa sugerida para el estudio de las empresas familiares en Colombia” de Román C. (2009), en el que habla de cinco diferentes niveles para el estudio de las empresas (individual, interpersonal o de grupo, organizacional, social-ambiental y multinivel). De manera particular existen estudios referidos a las PYMES familiares, en diversas vertientes tales como el estudio de La Empresa Familiar en México.

Hablando en sentido de la productividad, competitividad y desempeño en las empresas familiares. Romero (2006) realiza un estudio sobre la importancia que tiene el factor familiar en el desarrollo de la productividad y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas familiares. Dicho estudio concluye que las acciones emprendidas para ajustar la interacción empresa-familia permitieron un verdadero aprovechamiento de los cambios tecnológicos y de gestión que había implantado la empresa y aseguraron su continuidad y desarrollo. Probablemente,

sin los ajustes realizados en la relación familia-empresa, la compañía no solamente hubiera continuado con limitaciones de productividad y competitividad, sino que hubiera desaparecido del mercado.

De igual forma Aranda, Molotla y Nieto (2012) proponen el método del estudio de caso para estudiar la realidad específica de las empresas familiares. Atribuyen que el estudio de caso es un método que permite entender particularidades propias de las empresas familiares y a partir de varios casos con cierta homogeneidad para poder generar teorías significativas que ayuden a entender y explicar más su realidad.

Referente a la sucesión familiar, Andrade (2002) realiza un análisis teórico de la empresa familiar en el cual se enfoca a identificar características que definen a una empresa familiar en comparación con empresas no familiares, analiza el caso de la sucesión familiar al considerar el futuro deseado de cada uno de los miembros el cual debe ser común y único asimismo se analiza que si se desea continuidad se debe analizar como el manejo de conflictos sirve para desarrollar un buen plan sucesoral que permita integrar a la familia en torno a una visión de negocio común a todos los integrantes de la familia. Finalmente el estudio concluye que las empresas familiares se caracterizan por el estrecho nexo cultural y tradicional con la familia que las dirige y se distinguen de otros tipos de negocios, por el tipo de compromisos de los miembros con la empresa y por éxito alcanzado cuando se define un plan de sucesión que sirva de transición no traumática de una generación a la siguiente.

Hablando en sentido de la sucesión familiar Barbeito, Guillén, Martínez y Domínguez (2006) aplicaron una encuesta a 129 empresas familiares gallegas en segunda generación o posteriores que recoge distintos aspectos que hacen referencia a la planificación del proceso de sucesión en la empresa familiar. El estudio concluye que, el problema de la sucesión preocupa a los empresarios familiares, pero no todos están tomando medidas para disminuir los riesgos que entraña este proceso. En lo referente a obtener el puesto máximo responsable de la empresa sigue siendo la primogenitura, siendo al hijo varón más capacitado finalmente cabe mencionar de la existencia de un cambio en la tendencia en la planificación del proceso de sucesión, sin embargo, una mayoría de empresarios encuestados afirmó que no considera necesaria la existencia de un plan de sucesión.

Lo anterior, puede originar que la decisión del sucesor con su inexperiencia en una segunda generación puede ser la causante de las problemáticas posteriores al proceso de sucesión, por tanto, debe buscar y recibir ayuda sobre una correcta planificación y/o asesoría externa para intentar mantener ciertos protocolos de acción ante diversas situaciones, entre ellas, el proceso de sucesión (Pan et al., 2018). En ese sentido, la planeación y la administración de empleados y su conocimiento, habilidades, talentos y capacidades para enfrentar problemáticas tanto externas como internas podría ser una herramienta fundamental para evitar las complicaciones post sucesorias (Vennila, 2017).

De acuerdo a un análisis exploratorio documental en proceso por nuestro grupo de investigación, hemos encontrado sólo 87 estudios del año 2000-2017 en revistas indexadas de calidad que dan cuenta del estudio de la empresa familiar en Latinoamérica y de ellos, sólo 14 enfocados sucesión y/o liderazgo, los cuáles de acuerdo a estudios de sucesión, se vuelve factor determinante el tipo de liderazgo del sucesor para la permanencia generacional del negocio.

Vallejo (2009) a través de su estudio Liderazgo transformacional y sus efectos en las empresas familiares: un análisis diferencial y evolutivo, aplicó un total de 410 instrumentos a empresas de distribución automovilística. Se obtuvo como resultado que, el liderazgo implementado en las empresas de carácter familiar es más transformacional que el de las empresas que no son de tipo familiar, siendo esto consecuencia de un liderazgo mayormente visionario, con carisma, innovación y coherente, elementos que sobresalen ante la promoción de plantilla, emprendimiento, liderazgo impulsor. Por otro lado, la generación que se encuentra a cargo de la empresa, el tamaño y la antigüedad de la misma no son variables que determinen que el liderazgo sea principalmente transformacional.

Por su parte Fernández y Bringmann (2007) realizan una investigación en la cual se concluye que, existen tres grupos de características del comportamiento de los fundadores de las empresas familiares. El primero de ellos es el de las características personales mismo que refiere a valores, creencias, capacidad de

análisis, aptitudes, habilidades, conocimiento, entre otras. Seguidamente se encuentran las organizacionales, las cuales incluyen todo aquello que el fundador hace, considerándose su manera de relacionarse y actuar hacia los diferentes grupos de personas (empleados, proveedores, clientes), visión y motivación. Por último, se encuentran otras características como la experiencia y la capacidad económica. Independientemente de la trayectoria o éxito de las empresas, se encontró que, el estilo de liderazgo de los fundadores de los negocios influye directamente en la cultura organizacional de la empresa.

Preciado & Monsalve (2008) concluyen mediante su investigación sobre liderazgo en empresas informativas que los directivos deben contar con cualidades que les permitan establecer relaciones de respeto que contribuyan a lograr un trabajo participativo durante la realización del producto informativo. Al mismo tiempo, deben contar con la capacidad de equilibrar las situaciones empresariales y periodísticas implementando valores, comunicación efectiva, relaciones adecuadas de trabajo en equipo e interpersonales. Al mismo tiempo, deben representar conocimiento, paciencia, motivación y búsqueda de estabilidad productiva y visión de la empresa, es decir, la gestión de los líderes en las empresas de comunicación resulta un importante tema de estudio no solo para analizar el perfil de los directivos, sino para identificar la perspectiva que los subordinados tienen respecto a él y la influencia que el líder tiene dentro de este tipo de empresas.

A medida que el tiempo avanza, surgen cambios respecto de la intervención de las mujeres en las empresas familiares. Martínez (2009) realiza un estudio cualitativo, en el que entrevista a 23 mujeres pertenecientes a 20 distintas empresas de carácter familiar, en su investigación, resalta que, las mujeres entrevistadas de manera general expresan tener una gran diferencia en el tipo de liderazgo que practican en comparación con el que sus padres (fundadores), ellas optan por estilos participativos orientados al liderazgo transformacional, ya que consideran que con este tipo de liderazgo se obtienen mejores resultados que con el autoritario que es empleado por sus padres. Sin embargo, se observan algunos casos donde se demuestra autoridad con estilo de liderazgo transaccional, lo anterior se aprecia debido a algunas de sus expresiones, en las cuales hacen referencia constante a errores, castigos, regaños, entre otras, basándose así en supervisión y desconfianza, por lo cual se opta por tratar de tener el control. Pese a lo anterior, la mayoría de las entrevistadas demuestran ser líderes transformacionales, no sólo porque ellas lo señalan, sino por las referencias de los trabajadores. Otro aspecto sobresaliente es la consideración personalizada hacia las personas que reflejan las mujeres, sus necesidades y la motivación que permiten obtener mejores resultados tratando de inculcar que todos persiguen un mismo fin para así buscar el cumplimiento de la misión de la empresa.

De la exploración inicial, sólo dos trabajos dan cuenta de lo relativo al género. No existen trabajos concluyentes que indiquen una diferencia en el desempeño por género, por tanto, a medida que las generaciones avanzan dentro de las

organizaciones, la aceptación de una mujer en el rol de propietario ha ido en aumento, por lo cual, su presencia y reestructuración de la empresa familiar va en constante evolución (Nelson y Constantinidis, 2017).

Por ello, tomando como base la escasa aportación teórica de estos aspectos, además de la importancia que se tiene en la transgeneración de las empresas, su desempeño y permanencia, surge la inquietud plasmada en la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son los tipos de liderazgo en relación con el género de los directivos de las PYMES familiares de Ciudad Obregón?

Justificación.

Según Belausteguigoitia (2010) en México el estudio de las empresas familiares es de gran importancia ya que se considera que la mayoría de sus empresas son de carácter familiar. Y en el mundo existe una proporción importante de empresas familiares en relación al número de empresas que existen en general.

No obstante, en la investigación documental realizada para la elaboración de este documento, existe poca evidencia de estudios relacionados a familia y PYME familiar pero de manera palpable no existen estudios que hablen acerca de cómo los familiares se ven involucrados dentro de las mismas y sobre todo lo relativo al género y el liderazgo. Los estudios mencionados anteriormente muestran

información valiosa para dar un acercamiento de cómo algunos factores limitan o contribuyen al desarrollo de las empresas familiares, sin abordar de manera profunda lo anterior.

El estudiar lo plasmado en la interrogante tiene sus ventajas fundamentales para las organizaciones ya que el alcance del análisis puede replicarse a nivel nacional y/o internacional, puesto que se carecen de investigaciones que describan la relación entre las variables temáticas. Como fenómenos organizacionales han sido poco estudiadas; aunado a que tratar de explicar una interrelación entre ellas, genera una mayor complejidad. En ese sentido, mayor es el reto y por consiguiente, se espera sea en dicha medida la aportación al conocimiento del sector y de las temáticas.

Con la aportación de este trabajo en la región se contará con un conocimiento actual sobre la realidad de las pequeñas y medianas empresas familiares en el municipio de Cajeme, para identificar de manera más clara su problemática y estar en posibilidad de generar propuestas de apoyo a este tipo de organizaciones. En el caso de nuestra Institución la importancia radica en apoyar la generación y divulgación de conocimiento generado por profesores y alumnos de la institución, aunado a la formación de recurso humano tanto a nivel licenciatura como posgrado, además de generar conocimiento útil para organizaciones empresariales de la región. Finalmente, a nivel nacional, se podrá contribuir al análisis de la problemática de las empresas familiares en el país que puedan derivar en el diseño de políticas públicas para el apoyo de este tipo de empresas.

Esta investigación se circunscribe en los estudios organizacionales. Como ya se ha mencionado, el enfoque ha sido poco utilizado, incluso casi nulo, para entender la dinámica que se da en estas organizaciones. En ese sentido, la aportación teórica que se busca es explicar la interrelación de estos elementos y hacerlo desde un enfoque crítico y organizacional. Enfoque no visto hasta el momento en trabajos anteriores. Por lo tanto, la mayor aportación se encuentra referida al estudio del hecho social con estos elementos de manera conjunta.

A partir de ello, se podrá integrar un modelo teórico-empírico como primera aproximación, el cual posteriormente podrá considerarse para estudiar una población mayor e incluso en otro tipo de organizaciones.

Objetivo General

Analizar los tipos de liderazgo de los directivos de las PYMES familiares en Ciudad Obregón, con una perspectiva de género para generar un modelo explicativo de la situación actual de dichas organizaciones en relación con ambas variables.

Objetivo Específicos

1. Identificar los tipos de liderazgo de los directivos de las PYMES familiares en Ciudad Obregón.
2. Clasificar por género a los directivos de las PYMES familiares en Ciudad Obregón.

3. Caracterizar la conformación de los integrantes de las PYMES familiares en Ciudad Obregón.

III. Método

Considerando un estudio mixto, se pretende hacer uso de diversas herramientas metodológicas que permita recabar la información relacionada con las pequeñas y medianas empresas familiares de Cajeme, tales como: el uso de entrevistas estructuradas, historias de vida, cédulas de observación y cuestionarios, con las cuales pueda detectarse la realidad que actualmente viven las PyMES familiares del municipio de Cajeme. Derivado de lo anterior, se analizará la información y se identificará la situación actual imperante, a partir de la percepción interna y externa, con base en ello, se generarán propuestas explicativas y quizá de mejora en relación con los aspectos estudiados. Adicionalmente se contempla una etapa de divulgación de los hallazgos de la investigación que considera la publicación de artículo en revista especializada.

Sujetos de estudio

Este estudio se enfocará en las empresas de tamaño pequeño y mediano, con carácter familiar y del sector de servicios turísticos. De acuerdo al Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (DENUE-INEGI) EN Ciudad Obregón son un total de 388. De ellas se visitará a 100 empresas con un muestreo no probabilístico para la aplicación de

cuestionario. Además, se seleccionarán a 10 de ellas para realizar entrevistas a profundidad sobre el proceso de sucesión, de manera particular lo relativo a la selección del o los directivos y su relación con el género.

Materiales

Se tomará como base el instrumento utilizado por Sorenson (2000), cuya estructura y contenido es la siguiente:

Tabla 1

Tipos de liderazgo

Variable	Dimensiones/Tipos
	Liderazgo de experto
	Laissez-Faire/Mision leadership
Liderazgo	Liderazgo de referencia
	Liderazgo Participativo
	Liderazgo autocrático

Nota. Fuente: Sorenson (2000).

Además de información general, que incluya datos de la empresa como tamaño, giro o actividad y antigüedad, así como demográficos de los informantes, tales como: edad, género, estado civil, nivel estudios, relación familiar con el dueño y puesto.

Procedimiento

Las principales etapas a desarrollar en el estudio son las siguientes:

1. Revisión del estado del arte
 1. Búsqueda de información en revistas especializadas y bases de datos
 2. Clasificación de la información.
 3. Análisis y redacción de la fundamentación teórica.

2. Diseño de la investigación
 1. Identificación de sujetos de estudio
 2. Diseño de los instrumentos de recolección de la información.
 3. Validación de los instrumentos

3. Trabajo de campo
 1. Visitas a las empresas y sujetos de estudio.
 2. Aplicación de instrumentos
 3. Llenado de las cédulas de observación.
 4. Elaboración de reportes de historias de vida

4. Análisis de la información
 1. Clasificación de la información recabada
 2. Elaboración de los informes de investigación.

Resultados esperados

Los estudios previos muestran un predominio del hombre en los puestos directivos de las empresas. Esto puede ser una tendencia que puede confirmarse con el estudio. No obstante, el factor del parentesco puede hacer que dicha relación pueda verse disminuida y las mujeres ocupen puestos de dirección en mayor medida cuando son parte de la familia propietaria del negocio.

Otro elemento a considerar es el nivel de estudios, tanto en hombres y mujeres. De tal manera que exista una mayor exigencia de estudios superiores, para que las mujeres puedan acceder a puestos de mando, en tanto a los hombres este factor sea considerado en menor medida.

Finalmente, la esencia del estudio es determinar el tipo de liderazgo con una visión de género. En ese sentido, puede esperarse que el tipo de liderazgo autócrata sea el menos visualizado y por el contrario el de experto sea el de mayor predominio. Sin una diferencia sustancial en relación al género.

Los resultados pueden analizarse desde diversas vertientes y con otros factores relacionados, tales como estado civil, nivel de estudios, relación familiar con el dueño de la empresa. De tal manera que podría considerarse que otros resultados emergentes pueden ser en relación a la posibilidad de preferencia de estado civil

casado en el caso de los hombres, contrario para las mujeres. Asimismo, el nivel de estudios en el cual a mayor nivel de estudios mayor posibilidad de trabajo directivo, pero en el caso de hombres y en mujeres dicha relación menor. Finalmente, lo relativo al parentesco, en ese caso si puede darse una igual de condiciones entre hombres y mujeres para ser designado sucesor en la empresa.

Referencias Bibliográficas.

Andrade C., J. A. (2002). Sucesión en la empresa familiar: Su futuro cuando la muerte se acerca. *Revista Venezolana de Gerencia*, julio-noviembre, 375-389.

Aranda M., Molotla B. M., Nieto V., (2012). El método del estudio de caso para estudiar las empresas familiares. *Pensamiento & Gestión*, Julio-Diciembre, 125-139.

Barbeito R. S.; Guillén S. E.; Martínez C.M.; Domínguez F.G. (2006). El criterio de elección del sucesor en las empresas familiares gallegas. *Revista Galega de Economía*, diciembre, 1-16.

Belausteguigoitia R.I. (2010). *Empresas Familiares: Su dinámica, equilibrio*

Echaiz M.D. (2010). El protocolo familiar. La contractualización en las familias empresarias para la gestión de las empresas familiares en Distrito Federal,

México Boletín Mexicano de Derecho Comparado, Vol. XLIII. Enero-abril, pp. 101-130.

Fernández, N. y Briangmann, E. (2007). Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro. 3428-3444.

García Berumen González, José; García Soto, Pablo; Domenge Muñoz, Rogerio. (2012). Determinantes de la estructura de capital en la pequeña y mediana empresa familiar en México. Contaduría y Administración, Julio-Septiembre, 67-96.

Garza R. M.I. Et al. (2011). Los valores familiares y la empresa familiar en el Nordeste de México. Cuadernos de Administración, Enero-Junio, 315-333.

Irigoyen, H. A. (2005). La Empresa de Familia en América Latina. Editorial MACCHI, Argentina. 1- 209.

Martínez, R. (2009). Trayectoria y liderazgo de la mujer en la empresa familiar. Depósito de Investigación, Universidad de Sevilla, España. Consultado el 26 noviembre de 2018 en: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/39495/Pages%20from%20Investigaci%C3%B3nyG%C3%A9nero_09-4.pdf?sequence=1

Nelson, T., & Constantinidis, C. (2017). Sex and Gender in Family Business Successio Research: A review and Forward Agenda From a Social Construction Perspective. *Family Business Review*, 30(3), 219-241. Doi: 10.1177/0894486517715390

- Pan, Y., Weng, R., Xu, N., & Chan, K. C. (2018). The role of corporate philanthropy in family firm succession: A social outreach perspective. *Journal of Banking & Finance*, 88, 423-441. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2018.01.011>
- Preciado Hoyos, Á., & Monsalve Gómez, M. (2008). El liderazgo en la gestión de la empresa informativa. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16 (19), 79-96.
- Pricewaterhouse Coopers _PWC-(2012). Encuesta de empresas familiares 2012. Compromiso y agilidad familias empresarias.
- Poza J. E. (2004). Empresas Familiares. Editorial Thomson, México. 1-259
- Rendón C. M.V. (2009). Configuraciones organizacionales de la pequeña empresa familiar. En De la Rosa Albuquerque, Ayuzabet; Montoya Flores, María Teresa y Pomar Fernández, Silvia (Coordinadores), Pequeñas Organizaciones: Complejidad y diversidad organizacional. Estudios de casos de organizaciones mexicanas. UAM-Juan Pablos Editor. México. 387-431
- Román C.R.E. (2009). Una perspectiva heterodoxa sugerida para el estudio de las empresas familiares en Colombia. *Estudios gerenciales*, julio-septiembre, 101-129.
- Romero, L.E. (2006). Competitividad y productividad en empresas familiares pymes. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, mayo-agosto, 131-141.
- Sharma, P. (2004). An overview of field of family business studies: current status and direction for the future. *Family Business Review* 17 (1): 1-35.
- Sánchez M.G., Carrasco H.A.J.; Madero G.S.M. (2010). Retribución de los empleados en la empresa familiar: un análisis comparativo regional España-México. *Cuadernos de Administración*, Julio-Diciembre, 37-59.

- Sorenson, R. L. (2000). The contribution of leadership style and practices to family and business success. *Family Business Review*, 13(3), 183-200.
- Vallejo, M. (2009). Liderazgo transformacional y sus efectos en las empresas familiares: un análisis diferencial y evolutivo. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 18 (1), 105-122.
- Vannila, A. (2017). Efficient Succession Planning-A Key to Business Success. *ITIHAS – The Journal Of Indian Management*, 7(4), 35-39.

Propuesta de un Modelo de Transferencia de Tecnología entre Universidades para la Producción Avícola en el Estado de Tabasco

Modalidad: Protocolo de Investigación

**Yazmin Denisse Salvador García
Salvador Neme Calacich
Norma Aguilar Morales**

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Av. Universidad S/N Zona de la Cultura, colonia Magisterial, C.P. 86040,
Villahermosa, Tabasco, México

Propuesta de un Modelo de Transferencia de Tecnología entre Universidades para la Producción Avícola en el Estado de Tabasco

Resumen

Para optimizar la sustentabilidad económica en el sector agropecuario, es importante analizar el contexto socioeconómico y político en el que se inserta; es así, que la transferencia de tecnología se ha considerado como un método de innovación que mejora un proceso de manera sistemática. Es relevante mencionar que la tecnología y la innovación han sido ocupadas para el fortalecimiento de las actividades productivas. El estado de Tabasco cuenta con un gran potencial para el desarrollo del sector agropecuario, por lo que se necesita que las instituciones públicas y las empresas se vinculen para el desarrollo de las agroindustrias, para ello se desarrollará una investigación que en un primer momento pueda analizar el mercado avícola en México, y particularmente en el estado de Tabasco, así como el proceso técnico y administrativo de un modelo de transferencia de tecnología. Al final, se podrá definir como la transferencia de tecnología entre dos universidades puede ayudar a elevar el desarrollo económico en el estado mediante la innovación de los procesos productivos en la agroindustria avícola, por medio de las alianzas para aceptar la transferencia de conocimiento y aprovechar las estrategias para implementar un modelo de transferencia tecnológica, que sea viable para impulsar a la generación de productos de calidad, de tal manera que se pueda cubrir la demanda en el mercado tabasqueño, y a su vez genere empleos para la población rural en general.

Palabras clave: Transferencia tecnológica, Universidades, Agroindustria Avícola.

Planteamiento del problema

Tabasco, desde su fundación y a través de la historia ha demostrado que cuenta con un gran potencial agropecuario; con solo remitirse a los libros de Historia de Tabasco, cualquier persona puede concluir que la especialización en especies, como el cacao, la copra y los cítricos han generado un desarrollo económico y un impacto positivo en la calidad de vida de la población tabasqueña. No obstante, el neoliberalismo que en las últimas décadas ha dejado de lado la protección social del estado benefactor, para dar paso solo a la regulación económica, de modo que el empresariado sea quien decida sobre el rumbo y especialización de las actividades productivas; esto ha ocasionado que las actividades del sector primario, no se desarrollen con la misma fuerza que las industriales y las de servicios, con mucho más ahínco en regiones donde no se cuentan con los recursos tecnológicos y de innovación, que es lo que ha ocurrido en el Estado (Gobierno del Estado de Tabasco, 2013).

Con relación a lo anterior, las universidades mediante la investigación encuentran oportunidades tecnológicas que son explotadas para su aplicación en el entorno, llegando en algunos casos a establecerse empresas por medio de la transferencia tecnológica, es así como se crean oportunidades para el desarrollo humano y social (Montiel, Solé, Nuño, & Palma, 2011).

Hoy en día resulta importante vincular a los creadores del conocimiento y del desarrollo científico y tecnológico con los usuarios, para así impulsar a la competitividad de los diversos sectores económicos. Estos procesos de

transferencia son prioritarios en las naciones que transitan hacia el desarrollo (Guerrero, 2016).

Uno de los sectores en los que se puede implementar nuevos métodos de innovación, es en el sector agropecuario, en especial en la agroindustria avícola. Según el Anuario Estadístico de la Producción Avícola (2017) México se encuentra entre los principales países que generan este tipo de producción, ya que produce cerca de 6,111,450 toneladas por año, de los cuales el 44.48% es de producción de huevo, 55.35% es de producción de pollo y el 0.1585% es de producción de pavo, todo esto con un valor en total de \$142, 2016 millones de pesos, lo que permite colocar al País en el sexto lugar a nivel mundial de producción avícola, seguido de Estados Unidos, Brasil, China, India y Rusia (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2017).

Aunado a lo anterior el estado de Tabasco en el año 2016, obtuvo un crecimiento en su producción de carne de pavo, en este año la entidad produjo un promedio de 22 mil 498 toneladas, ocupando el lugar número 22 a nivel nacional en la producción de este tipo de aves (Unión Nacional de Avicultores [UNA], 2017).

Los datos anteriormente presentados, demuestran que la agroindustria avícola, es un mercado generador de nuevas oportunidades, que necesita nuevas estrategias innovadoras para fortalecer el potencial al interior de la Entidad, por lo que es necesario implementar un propio sistema industrial, que permita al Estado ser más competitivo. Para ello se requiere explotar el potencial interno, mediante el desarrollo agroindustrial, ya que en estas condiciones el mercado, es cada vez más

competitivo, las agroindustrias más adecuadas, son precisamente las que utilizan relativamente las abundantes materias primas, tal es caso la producción avícola.

Con base a lo analizado, el estado de Tabasco no cuenta con granjas avícolas industrializadas que abastezcan la producción de carne de gallina y huevo, esta situación se debe en una parte a las condiciones del clima caluroso que predomina en la Entidad, principalmente en los meses de abril y mayo, la temperatura máxima promedio es de 39.3° C (INEGI, 2017) por lo que los avicultores no se arriesgan a criar gallinas en volumen, por las condiciones calurosas que predominan en el Estado, lo que a su vez repercute en los precios de adquisición de estos productos, sin garantizar la salud de los consumidores, ya que se tienen que importar de otros estados.

Objetivos de la investigación

Analizar los factores que intervienen en la transferencia tecnológica entre la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco y Universidad Hebrea de Jerusalén, para proponer un modelo agroindustrial avícola, que sea viable para los avicultores en el estado de Tabasco.

Objetivos específicos

- Analizar la situación del mercado avícola.
- Analizar los factores que intervienen en la propuesta de un modelo de transferencia tecnológica para la agroindustria avícola en Tabasco.

- Determinar las características técnicas-administrativas de los requerimientos para la viabilidad de aplicación de un modelo de transferencia tecnológica entre dos universidades para la agroindustria avícola en el Estado.

Marco teórico

Desde su origen el ser humano ha luchado por su subsistencia, desarrollando lentamente tecnología básica para dominar el medio en el que habita. Los destacados avances tecnológicos mundiales se han suscitado en el área de mecánica, automatización de procesos, electricidad, telecomunicaciones y la creación de nuevos materiales entre otros; por lo cual comenzaron a incrementarse las áreas de oportunidad en dichas ramas de la investigación. En este escenario, las organizaciones se han adaptado a las necesidades del mercado en el que compiten, y una característica que las diferencia es la generación de una cultura innovadora con bases en la investigación tecnológica. Es el momento de mencionar que la tecnología ha pasado a ser un activo importante para la competitividad de las empresas, y para el crecimiento económico de las naciones. Es el aprovechamiento práctico del conocimiento científico obtenido, a partir de los procesos de investigación y desarrollo (Vilcarromero, 2013).

La tecnología consiste en conocimiento y experiencia, equipamiento e instalaciones, software y hardware, además de servicios y sistemas, productos y procesos. En ocasiones, la tecnología se basa en los resultados de la ciencia, pero siempre tendrá un componente práctico que se requiere para adaptar los conocimientos a un ámbito específico de aplicación. La definición de tecnología no

se queda en la creación de herramientas, maquinaria, técnicas, procesos y ciencia; también tiene el objetivo de beneficiar a la sociedad a través de la creación de innovaciones (Roper, 2015).

Por lo tanto, los procesos de transferencia de tecnología implican el aprovechamiento de la innovación y de asimilar las tecnologías existentes, con el fin de agregar valor y generar proyectos que puedan comercializarse. Por ello, la tecnología se dice que mejora la calidad de vida de la sociedad; la economía global permite que las organizaciones valoren la importancia del capital tecnológico, de entender las ventajas que ofrece y las vastas aplicaciones que tiene. Sin embargo, esta debe mezclarse con la experiencia, la investigación y la capacidad de transferir este valor agregado de forma oportuna, social y económicamente rentable. En este entorno competitivo de mercado, la relación entre usuarios y proveedores de tecnología se ve fundada en la colaboración en ambientes virtuales donde el conocimiento es considerado un activo. Ahora bien, el proceso de transferencia de tecnología en las organizaciones es uno de los pilares fundamentales dentro de la estrategia global de gestión tecnológica.

Aunado a lo anterior Maskus (2004) amplía la definición de transferencia de tecnología y la representa como un proceso mediante el cual se obtiene acceso a la información, cuyo resultado es aprender con éxito los procesos de producción a través de la innovación tecnológica. Es por ello que ocurre la transferencia de tecnología entre socios dispuestos a realizar transacciones voluntarias de información, esta definición no solo se refiere a la transmisión del conocimiento o de la información, sino a la capacidad de los receptores de aprender y absorber la

tecnología, lo que implica la transmisión de información, del saber cómo, del conocimiento técnico incorporado en productos, procesos, gestión y administración.

García, Oliver & López (2012) mencionan que la incorporación de un invento al mundo comercial puede o no tener éxito dado que su futuro dependerá del mercado. La innovación requiere llevar a cabo un proceso que en muchas ocasiones resulta complejo desde la creación, adquisición, perfeccionamiento, asimilación y comercialización que incluye la estrategia tecnológica y la transferencia de tecnología. La transferencia tecnológica se entiende desde dos aspectos: uno es la transferencia entre empresas y el segundo la transferencia entre los agentes generadores de conocimiento (universidades) hacia las empresas.

De esta forma, la transferencia de tecnología es un proceso que implica la conversión, aplicación o adecuación de las invenciones o ideas innovadoras de las personas para la obtención de beneficios o la generación de usos prácticos, de la misma manera supone la asimilación de tecnologías existentes dentro de una empresa, generar valor agregado y eventualmente producir variantes que puedan ser comercializadas en otros mercados o empresas. Establecer estrategias que permitan que la nueva tecnología obtenida pueda ser transferida a todas las unidades de la organización que la requieran, es una labor de adecuación, ajuste progresivo y validación de resultados en todos los niveles susceptibles de su aplicación.

Por otro lado McMullan & Melnyk (1988) consideran la importancia del capital humano y su formación como sustento de manera eficiente para la transferencia de tecnologías de propiedad de la universidad a las organizaciones. Estos proponen

los factores primordiales para formar el capital humano en el proceso adecuado y los recursos de investigación de mercados, mediante los siguientes pasos:

1. La habilidad de investigación en el mercado.
2. La asimilación de la tecnología de interés.
3. El descubrimiento y el uso de fuentes útiles de información.
4. El entendimiento de los conocimientos en el esquema industrial, la transferencia tecnológica y los negocios.

Mientras tanto, Gibson & Smilor (1991) promueven aspectos fundamentales para el uso de la transferencia de tecnológica, como por ejemplo la interactividad de comunicación (acción que se refiere al grado en que un medio es capaz de transmitir de forma eficiente y precisa información de las tareas más relevantes y la riqueza en los medios en los que se va a desarrollar), la distancia (cuyo proceso implica tanto la proximidad física y cultural con el desarrollo asombroso de las tecnologías de información), la equivocidad tecnológica (se refiere al grado de concreción de conocimientos y tecnología a transferir) y la motivación (cuyo proceso consiste en incentivos y el reconocimiento de las actividades de transferencia en cuanto a conocimientos y tecnología), son aspectos fundamentales para que la transferencia tecnológica tenga incentivos más allá del proceso productivo, cuyo impacto se refleja en las ventajas competitivas y comparativas en las que se desarrollará la tecnología y la innovación. Sin embargo, en el proceso de transferencia tecnológica existen diversos modelos en cuanto a la adquisición de la misma (González, 2011).

Principales Modelos de Transferencia Tecnológica

Para explicar el comportamiento del proceso de transferencia tecnológica como tal, desde finales del siglo XX muchos autores y expertos en el tema han recopilado representaciones abstractas y diversas para explicar este proceso. A continuación, se analizarán los más importantes.

- Modelo de apropiabilidad. Este modelo fue desarrollado entre el año de 1940 y 1950 en donde se explica que el proceso de TT se produce cuando la tecnología ha encontrado usuarios que la apliquen o ha sido descubierta por el mercado para un beneficio (Gibson & Smilor , 1991).
- Modelo de difusión. Este enfoque sugiere la importancia de difundir y expandir la tecnología y la innovación a los principales expertos, ya que una vez que los vínculos se establecen la nueva tecnología podrá beneficiarlos, sin embargo, hay que tener cuidado con los “no expertos” ya que pueden desaprovechar el potencial tecnológico que se les presenta (Williams & Gibson, 1990).
- Modelo de utilización de conocimiento. Este modelo, desarrollado en 1980, se enfoca en el importante papel de la comunicación entre los impulsores tecnológicos, los investigadores y los usuarios de tecnología, ya que este modelo explica que la tecnología se mueve en dirección lineal a partir de los expertos terminando en la utilización de los usuarios finales para así consolidarse en algo material, ya sea una idea o un producto (Gibson & Smilor , 1991).

- Modelo de comunicación. Este modelo tiene como base a la tecnología definiéndola como un proceso continuo que implica un proceso interactivo entre los agentes que producen la tecnología y entre quienes la utilizan para satisfacer sus diversas necesidades suponiendo que hay un conjunto de información de hechos y objetivos a la espera de ser comunicados, lo que facilitaría el libre tránsito de la transferencia tecnológica como tal (Backer, David, & Soucy, 1995).

Para que estos modelos funcionen, tiene que existir ventajas, beneficios, facilitadores y oportunidades que incentiven su transcurso (González, 2011).

En la siguiente tabla, se agrupa un conjunto de circunstancias que se pueden considerar como positivos para la implementación de transferencia tecnológica, tanto desde el punto de vista del proveedor de la tecnología (quien proporciona el conocimiento de la misma) como desde el punto de vista del receptor de esta, generalmente las empresas (o quienes aplican la tecnología):

Tabla 1

Ventajas, beneficios, facilitadores y/u oportunidades en cuanto a la implementación de

TT.

<i>Para el proveedor de la tecnología</i>	<i>Para el receptor de la tecnología</i>
Rentabilización económica:	Aumento de la competitividad:
<ul style="list-style-type: none"> • Obtención de ingresos complementarios por las inversiones realizadas en investigación y desarrollo (I+D) para el desarrollo de la tecnología. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a la tecnología necesaria para la creación de bienes y servicios innovadores que mejoren la diferenciación y ventaja competitiva en el mercado.

- Obtención de ingresos por explotación (valorización) de tecnologías no utilizadas en la organización o que ya han sido explotadas en un mercado o sector.
- Obtención de ingresos por pedidos de componentes y mantenimiento de la tecnología.
- Tratamiento del acuerdo de transferencia de tecnología alcanzado como un activo que aumenta el valor intangible del patrimonio.
- Aumento del patrimonio intangible por incorporación de derechos de propiedad, activos tecnológicos y/o conocimiento.
- Obtención de la autorización legal para la fabricación, utilización o explotación de los derechos legales relacionados con la tecnología, que de otra forma estarían restringidas por las leyes de propiedad industrial, competencia o similares.
- Reducción del riesgo, tiempo y costo en el desarrollo de la tecnología desde cero.

Acceso al mercado:

- Aplicación de los resultados del proceso de I+D en el entorno económico y social del proveedor, difusión o diseminación de resultados de proyectos de I+D, comercialización real de la tecnología, apoyo e incorporación de capital para la fase comercial de la tecnología, disminución del riesgo de puesta en el mercado, etc.
- Entrada (generalmente de empresas) en mercados

Acceso al conocimiento:

- Del proveedor: saber hacer y experiencia (científico, tecnológico, técnico) del personal cualificado, estado de la técnica, redes de contactos de interés tecnológico y de I+D, etc.

Acceso a infraestructura:

- Del proveedor: activos tecnológicos, instalaciones piloto o de demostración, equipos, laboratorios, materiales, red tecnológica, etc.

- relativamente grandes (Estados Unidos, Europa, Asia...), lejanos (internacionales) o complejos (en idioma, cultura, regulación, barreras de entrada).

Aumento de la competitividad:

- Mejora de la efectividad de las actividades de I+D al compartir con el receptor, dependiendo del caso, habilidades y experiencia, costos y riesgos, ayudas financieras públicas o labores de co-desarrollo tecnológico.
- Mejora de la imagen pública como proveedor tecnológico y/o de dominio de una o varias áreas de conocimiento científico, tecnológico o técnico.
 - Mejora de la productividad por deslocalización de parte de las operaciones productivas (generalmente en empresas) a destinos geográficos con mejores ratios de costos, economías de escala, incentivos públicos, personal cualificado, etc.
 - Posibilidad de creación de estándares tecnológicos en el mercado al transferir rápida y fácilmente la tecnología para su expansión.

cualificado, estado de la técnica, redes de contactos de interés tecnológico y de I+D, etc.

Acceso a infraestructura:

- Del proveedor: activos tecnológicos, instalaciones piloto o de demostración, equipos, laboratorios, materiales, red tecnológica, etc.

Reducción de riesgo técnico:

- Adquisición de tecnología que ya ha sido desarrollada y probada, en parte o en su totalidad.
- Aprovechamiento del trabajo realizado previamente por el proveedor y del conocimiento y la experiencia adquiridos.

Reducción de tiempo:

- Disminución del tiempo de desarrollo de la tecnología para acelerar el proceso de innovación y lanzamiento de nuevos productos al mercado.

Reducción de costo:

- Ahorro en inversión en tecnologías ya desarrolladas por terceros (duplicidad tecnológica, imposibilidad de protección legal posterior).

- Posibilidad de creación de estándares tecnológicos en el mercado al transferir rápida y fácilmente la tecnología para su expansión.
- Aumento de la diversificación de la actividad (tecnológica y comercial) de la organización.
- Ahorro en inversión y mantenimiento de medios técnicos y humanos científicos y técnicos.
- Aprovechamiento de la ingente cantidad y rapidez de los avances científicos y técnicos (imposibilidad de ser “tecnológicamente autosuficiente”), así como de los resultados de las investigaciones financiadas con fondos públicos.

Mejora de la tecnología:

- Aprovechamiento de mejoras, actualizaciones o complementos de la tecnología desarrollados por el receptor tras el proceso de transferencia, para continuar su desarrollo.

Acceso al conocimiento:

- Del receptor: saber hacer y experiencia (científico, tecnológico, técnico) del personal cualificado, necesidades del mercado, entorno socioeconómico, proveedores, competidores, regulaciones, redes de contactos de interés tecnológico y/o comercial, etc.

Acceso a infraestructura:

- Del receptor: activos tecnológicos, instalaciones productivas, equipos, laboratorios, materiales, red comercial, etc.

Tabla 1. Ventajas de la Transferencia Tecnológica. Elaboración propia basado en el Manual de Transferencia Tecnológica y Conocimiento, por (J. González, 2011).

Modalidades de Transferencia Tecnológica entre la Universidad y el Sector Productivo

Actualmente, los procesos de transferencia tecnológica se materializan a través de una variada gama de modalidades, entre las que destacan como las más usuales el apoyo técnico y prestación de servicios por parte de la universidad, provisión de información técnica especializada y servicios de alerta de programas de capacitación; cooperación en la formación de recursos humanos; apoyo financiero a estudiantes que realizan investigación relacionada con la industria; educación continua; intercambios de personal (estancias y períodos sabáticos); organización conjunta de seminarios, conferencias, coloquios, entre otros aspectos (Valente & Soto, 2007).

Es importante mencionar, tal como señala Solleiro (2000) como la relación con el sector productivo puede comenzar por modalidades sencillas, sobre todo porque en las primeras interacciones se establecen los cimientos para una relación de confianza mutua y, sobre todo, se pueden generar los antecedentes exitosos que son un fuerte motivador de la vinculación. Desde este punto de vista, se puede empezar por la prestación de servicios especializados y programas de capacitación, de manera que las partes puedan conocerse. Consecutivamente, pueden celebrarse algunos contratos de consultoría y asistencia técnica en áreas donde la universidad tenga un alto nivel de competencia. Y posteriormente, se podrá pasar a las fases superiores relacionadas con la investigación.

Respecto a esto último es necesario mencionar, que la vinculación vía investigación requiere que la universidad cuente con un sólido grupo de

investigadores, con un nivel competitivo internacional y una larga tradición de investigación, pues a pesar de estar de moda el concepto de vinculación con la industria, muchas instituciones no cuentan con los requisitos mínimos para proveer servicios y tecnologías confiables a la industria.

Es por ello, que la capacidad para implantar innovaciones en la base productiva y en el tejido empresarial de un territorio es importante para su desarrollo, ya que la inversión de recursos financieros, por sí sola, no es idónea para alcanzar este desarrollo, por lo que depende de la aplicación de dichos recursos hacia una inversión productiva real, de carácter sostenible y generadora de empleo. Para que las innovaciones y la tecnología tengan lugar se requiere que los usuarios de estas se involucren en el ajuste y utilización de los resultados de las actividades de investigación y desarrollo para la innovación en los diferentes procesos productivos o de gestión concretos en cada territorio. Por lo cual es importante la vinculación entre las empresas e instituciones de apoyo a la innovación, estas redes son fundamentales para la innovación y la competitividad, y esto es una actividad que sólo puede construirse de forma eficaz y eficiente a escala territorial (Albuquerque, 2008).

Por tal motivo, se pretende aplicar esta tecnología en la agroindustria avícola, con la fin de innovar y dotar de mayor valor agregado a los productos, así como alcanzar la calidad requerida por el mercado interno y externo, analizar la posibilidad de diversificar los procesos hacia nuevos horizontes, y perfeccionar la gestión económica y tecnológica a través de sistemas de información adecuados que permitan asignar convenientemente los recursos para lograr una productividad cada

vez más rentable que consolide su capacidad competitiva. En aras del desarrollo, el Estado debe continuar con su apoyo para vincular e insertar la avicultura en el medio internacional y velar por la calidad de los productos generados en el país, así como invertir fuertemente en investigación. La práctica sugiere que invertir en la generación (investigación), difusión (extensión y transferencia) y adopción (educación y servicios de apoyo) de nuevas tecnologías en la avicultura tiene una alta tasa social de retorno. La adopción oportuna de nuevas tecnologías es importante porque lleva a una reducción en el costo unitario de producción y a una mejora en la rentabilidad de corto plazo a quienes sean los primeros en innovar (Osorio, 2009).

Metodología

Tipo de Investigación y método

El tipo de investigación en que sustenta el protocolo es de tipo no experimental transeccional (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010), debido a que la información para llevar a cabo el estudio se analizará en un determinado momento, y no habrá manipulación de las variables relacionadas con el tema objeto de análisis, de igual manera es un tema que no se ha abordado en el estado de Tabasco.

El método es inductivo, debido a que busca especificar primeramente las particularidades de los factores y actores que intervienen en la transferencia de tecnología para luego llegar a una perspectiva general teórica, y una vez analizados se pueda llegar al proceso para proponer el modelo de transferencia tecnológica.

Diseño de la Investigación

La investigación será de tipo exploratorio y descriptivo con un enfoque cualitativo, a través de la aplicación de entrevistas semiestructuradas a los avicultores tabasqueños, que muestre el conocimiento con relación a sus necesidades de transferencia de tecnología en sus granjas. Así como también conocer su perfil y capacidades que tiene la organización para adaptar la tecnología, entre ellas, la comunicación interna; es descriptivo porque se describirán de manera detallada los hechos encontrados para transferir tecnología, analizando los factores que intervinieron, siendo estos la base para el diseño de un modelo viable para la transferencia tecnológica en la agroindustria avícola.

Haciendo énfasis en el análisis del estudio propuesto, se considera la perspectiva cualitativa para desarrollar el diseño metodológico, ya que según Flick (2007) la investigación cualitativa está encaminada a estudiar casos específicos de manera temporal y local, y por consiguiente parte de conceptos y actividades de las personas en sus ambientes locales para diseñar directrices que transforman la investigación hacia sus objetos concretos.

Por esta razón, es que la presente investigación se orienta al diseño cualitativo para obtener el fin deseado, ya que mediante el enfoque práctico, y con base a lo estudiado en la teoría se considera apropiado hacer uso de este diseño para realizar el trabajo de campo, en el cual se analizará cómo se lleva a cabo el proceso de producción avícola Israelí, en donde se podrá entender como la transferencia de tecnología puede cambiar el comportamiento de la producción avícola en el estado de Tabasco.

Población

La población de estudio son los avicultores del estado de Tabasco.

NUMERO DE AVICULTORES	MUNICIPIO
1	Centro
5	Comalcalco
3	Nacajuca
2	Cunduacán
1	Teapa

Instrumentos y Técnicas de Investigación

En un primer acercamiento a la población de estudio, se realizará un grupo focal y la aplicación de entrevistas semiestructuradas los avicultores de los municipios del estado de Tabasco, donde se pretende conocer el interés y las alianzas que están dispuestos a establecer para implementar tecnología, a través de la transferencia de conocimientos, siendo el objetivo de la misma conocer los mecanismos que usan para la cría de sus aves, así como la red de ventas y comercialización que manejan.

De igual manera para conocer más acerca de cómo se realiza el proceso de producción en las granjas avícolas del estado de Israel, así como los requerimientos y factores que influyen para transferir tecnología que pueda ser aplicada por los avicultores tabasqueños en sus métodos de producción, se realizará una entrevista a profundidad a Profesores investigadores de la Facultad de Agricultura, Alimento y

Medio Ambiente de la Universidad Hebrea de Jerusalén, encargados de realizar proyectos de investigación para la implementación de tecnología en el sector agropecuario, el cual ha dado resultados favorables en las zonas vulnerables de Israel, ya que se consideró que es la persona idónea para hablar de manera holística y con un enfoque integral sobre el tema.

Resultados esperados

Los resultados deseables del análisis de la investigación, es conocer cómo se llevan a cabo los procesos productivos en la avicultura de aves de corral, en lo referente a (gallina y huevo) por los avicultores del estado de Tabasco. De tal manera, que se pueda analizar la viabilidad para la aplicación un modelo de transferencia tecnológica del proceso de producción de las granjas del país de Israel, que pueda ser adoptado por los avicultores tabasqueños para ayudar a resolver los problemas locales de producción y autosuficiencia en esta actividad. Que aporte aspectos relevantes, para que por medio de la transferencia de tecnología los avicultores puedan tener los conocimientos necesarios para aplicarlos en sus procesos de producción, y a su vez al hacer uso de esta tecnología, les ayude a que se mejoren las condiciones económicas de los que estarán directamente involucrados en el proyecto, así como también, a aquellos que indirectamente se pueden ver beneficiados (proveedores, compradores, industria de servicios, entre otros).

Referencias

- Albuquerque, F. (2008). Innovación, transferencia de conocimientos y desarrollo económico territorial: una política pendiente. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 687-700. Obtenido de <http://asocam.org/biblioteca/files/original/6b9a11011b9e462ce4f507fd9d8ebc32.pdf>
- Backer, T., David, S., & Gerald, S. (1995). *Reviewing the Behavioral Science Knowledge Base on Technology Transfer*. (T. N. I. on D. A. Has, Ed.), Public Health Service National Institutes of Health National Institute on Drug Abuse (Vol. 5600). Rockville. Retrieved from <https://archives.drugabuse.gov/sites/default/files/monograph155.pdf>
- Flick, U. (2007). *El Diseño de Investigación Cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata, S.L.
- García Córdoba, F., Oliver Espinosa, R., & López Fierros, H. (2012). *El proceso de transferencia de tecnología: Caso UPDCE*. México: Instituto Politécnico Nacional.
- Gibson, D. V., & Smilor, R. W. (1991). Key variables in technology transfer: A field-study based empirical analysis. *Journal of Engineering and Technology Management*, 8(3-4), 287-312. [https://doi.org/10.1016/0923-4748\(91\)90015-J](https://doi.org/10.1016/0923-4748(91)90015-J)
- Gobierno del Estado de Tabasco. (2013). *Programa Sectorial de Desarrollo Agropecuario, Forestal y Pesquero*. Villahermosa: Gobierno del Estado de Tabasco 2013-2018.
- González, J. (2011). *Manual de transferencia de tecnología y conocimiento*. The

Transfer Institute. Alicante, España: THE TRANSFER INSTITUTE. Retrieved from <http://www.negociotecnologico.com/wp-content/uploads/2014/03/Manual-de-transferencia-de-tecnologia-y-conocimiento.pdf.pdf>

Guerrero, A. (25 de julio de 2016). La transferencia de tecnología como elemento para la competitividad. Obtenido de CONACYT: <http://www.conacytprensa.mx/index.php/sociedad/personajes/9170-la-transferencia-de-tecnologia-como-elemento-para-la-competitividad>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). Metodología de la investigación. México, D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Retrieved from [https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia de la investigación 5ta Edición.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia_de_la_investigacion_5ta_Edicion.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2017). Anuario Estadístico de la Producción Avícola. México.

Maskus, K. E. (2004). Encouraging International Technology Transfer. Sustainable Development (Vol. 7). Geneva, Switzerland: International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD) International Environment House 13. Retrieved from <http://books.google.com/books?id=6QhNGgAACAAJ>

McMullan, W., & Melnyk, K. (1988). University innovation centres and academic venture formation. R&D Management, 18(1), 5–12. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9310.1988.tb00558>.

Montiel, H., Solé, F., Nuño, J., & Palma, Y. (2011). Empresas de base tecnológica derivadas de la universidad: el vínculo empresario-oportunidad tecnológica. RAI

– Revista de Administração e Inovação, 117-141.

Osorio, M. (2009). TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA. IDESIA, 27 (1), 6. Retrieved from <http://www.scielo.cl/pdf/idesia/v27n1/art01.pdf>

Ropero, S. (2015). Globalización, Transferencia y Adopción de Tecnológica - Guayaba (Psidium guajava L.) Provincia de Vélez (Colombia). Perspectivas rurales, 1-3.

Solleiro, J. (2000). Gestion de la Vinculacion Universidad - Sector productivo. Chile.

Sung, T. K., & Gibson, D. V. (2000). Knowledge and Technology Transfer: Key Factors and Levels.

Unión Nacional de Avicultores [UNA] (2017). Indicadores Económicos . Obtenido de Unión Nacional de Avicultores <http://www.una.org.mx/index.php/component/content/article/2-uncategorised/19-indicadores-economicos>

Valente, M., & Soto, A. (2007). Revista de ciencias sociales. Revista de Ciencias Sociales (Ve), XIII(2), 290–302. Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/html/280/28011677008/>

Vilcarromero, R. (2013). La gestión en la producción. Andalucía: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.

Williams, F., & Gibson, D. V. (1990). Technology transfer: a communication perspective. Sage Publications. Retrieved from https://books.google.com.mx/books/about/Technology_Transfer.html?id=ugDElwEACAAJ&redir_esc=y

Aprendizaje organizacional en la clínica jurídica, una perspectiva desde los estudios organizacionales

Modalidad: Protocolo de investigación

Brenda Pérez López

Universidad Autónoma Metropolitana

Dirección Completa de la Institución: San Rafael Atlixco No. 186, Col. Vicentina, Iztapalapa, Código País/Ciudad: 09340, México, CDMX

Aprendizaje organizacional en la Clínica jurídica una perspectiva desde los estudios organizacionales

Resumen

El presente escrito tiene como propósito presentar un protocolo de investigación donde se retoma de los Estudios Organizacionales la corriente teórica del aprendizaje organizacional. La organización por investigar es la Clínica Jurídica, perteneciente al Programa Universitario de Derechos Humanos (PUDH), lugar donde estudiantes de Derecho, Psicología y Trabajo Social realizan prácticas profesionales, servicio social o voluntariado; llevando casos legales y manteniendo una relación estrecha con los usuarios que llegan a solicitar el servicio. Lo que se quiere investigar es cómo se da el proceso de aprendizaje dentro de esta organización, resaltando que el aprendizaje organizacional se da de manera bidireccional, por parte de sus miembros a la organización y de la organización hacia sus miembros; este aprendizaje es un proceso dinámico, dialéctico y se da mediante la interacción de sus integrantes. Se pretende realizar una investigación de la Clínica Jurídica, centrándonos en cómo aprende esta organización. En este documento, se incluye la justificación, la pregunta de investigación, los objetivos, el marco teórico, la metodología a utilizar, los productos que se esperan y las referencias utilizadas hasta el momento.

Palabras clave: Organización, Aprendizaje Organizacional, Clínica Jurídica, Proceso dinámico

Aprendizaje organizacional en la clínica jurídica, una perspectiva desde los estudios organizacionales

Introducción

Nuestra vida transcurre en organizaciones, desde que nacemos hasta que morimos. Nuestro cerebro es el encargado de procesar la información que recibimos sobre el entorno, a través de conexiones interneuronales (sinapsis), generando la experiencia, habilidades, conocimientos y sentimientos que todo ser humano posee; todo ello se da en el marco de organizaciones, por lo que podríamos afirmar que nuestro conocimiento es, en una gran proporción, de origen organizacional.

Las organizaciones educativas proporcionan a los prestadores de servicio social, voluntariado o prácticas profesionales elementos indispensables para su desarrollo laboral, pero no proveen todos los conocimientos para el desempeño en el trabajo. Muchos de los estudiantes, al egresar de organizaciones a nivel superior, no tienen un conocimiento significativo que les avale su experiencia; la parte práctica les concede la posibilidad de vincular lo teórico y la praxis, las organizaciones evalúan esas aptitudes prácticas debido a que todo parte de la acción².

En México hay pocas organizaciones que proveen a los estudiantes de la oportunidad de aprender mediante un ir y venir de conocimientos (de lo tácito a lo explíci-

² Los estudiantes universitarios adquieren práctica profesional mediante voluntariados, estancias de investigación, en el servicio social o realizando prácticas profesionales.

to y viceversa), resulta interesante preguntarse ¿por qué no todas las organizaciones educativas a nivel superior proveen a sus estudiantes la parte práctica?

Una de las corrientes que analizan los Estudios organizacionales es el Aprendizaje Organizacional, considera que las organizaciones pueden aprender de individuos que la conforman. La organización que retomo (Clínica Jurídica) está integrada por un equipo multidisciplinario, por lo que el aprendizaje que puede integrar tiene su origen en los diversos saberes de los integrantes, debido a su multidisciplinariedad.

La “Clínica Jurídica”, es una organización definida como un proyecto docente, de investigación y de vinculación social del Programa Universitario de Derechos Humanos. Su objetivo es promover la experiencia de la práctica profesional entre los estudiantes de Derecho de la UNAM, asumiendo casos en los que se defienden los derechos humanos (PUDH-UNAM, 2018). En su forma operativa, los estudiantes, no sólo de Derecho, sino también de otras profesiones como Psicología, Pedagogía y Trabajo Social, recurren a ella a realizar voluntariado, prácticas profesionales o servicio social; formando un equipo multidisciplinario donde se interactúa para ofrecer un servicio integral a los usuarios en un asunto legal.

El aprendizaje organizacional es un constructo que sirve para entender cómo una organización aprende de sus integrantes. Se da de manera bidireccional, este aprendizaje es dual, es un proceso dinámico, dialéctico y se da mediante la interacción de sus integrantes.

La presente investigación se centrará en analizar y comprender cómo es el proceso de aprendizaje en esta organización.

Uno de los modelos que se retomará para el análisis es el de Crossan, Lane y White (1999), el cual está conformado por cuatro fases³, en cada una de ellas se puede explicar de manera explícita/clara cómo es el proceso de aprendizaje dentro de la organización. Otro de los modelos que se retomará es el de los autores Nonaka y Takeuchi (1999), debido a que explica como es el proceso de creación de conocimiento y aprendizaje organizacional a partir de conocimiento tácito y del explícito, mediante un espiral del conocimiento (socialización, exteriorización, combinación e interiorización).

La estructura que se pretende desarrollar se presenta en los siguientes apartados:

En el Capítulo I, se abordarán los conceptos de aprendizaje y conocimiento, por tal motivo es necesario partir de definiciones, para distinguirlos y no generar confusión con los términos.

El Capítulo II, está destinado para el estudio de caso: Clínica Jurídica, primeramente, se detallarán aspectos generales (objetivos, valores, filosofía, etc.) y de estructura (organigrama).

Capítulo III se revisarán corrientes teóricas de los estudios organizacionales que se centran en determinar: ¿Qué es el aprendizaje organizacional?, incluyendo algunos autores representativos que abordan esta temática, tales como: Nonaka & Takeuchi, (1999), Senge, (1998), Polanyi, (2009) y Peirce, (1998).

³ Fase de intuición, fase de interpretación, fase de integración y fase de institucionalización.

Capítulo IV se revisarán algunos modelos de aprendizaje, que nos esquematizan cómo se da el proceso de aprendizaje en las organizaciones, algunos modelos por revisar son: Crossan, Lane, & White, (1999), Kim, Daniel H. (1993), Arthur Andersen (1999)

En el Capítulo V, se hablará sobre la metodología a utilizar primeramente definiendo la metodología cualitativa, posteriormente se justificará las técnicas a utilizar (observación participante, entrevista semiestructurada y análisis documental) y se describirá cómo se realizará este proceso de captación de información.

Capítulo VI Clínica Jurídica y su proceso de aprendizaje, después de haber revisado cada uno de los modelos, nos enfocaremos en cómo esta organización a estudiar adquiere o logra un aprendizaje organizacional que permite el desarrollo de sus actividades.

Finalmente, se presentarán las conclusiones a las que se llega permitiendo dilucidar la dinámica del proceso organizacional.

Pregunta de investigación

¿Cuál es el proceso de aprendizaje organizacional dentro de la “Clínica Jurídica” y cómo ésta hace uso de los nuevos conocimientos proporcionados por los prestadores de servicio social, voluntariado o prácticas profesionales para su desarrollo de actividades?

Objetivo

Reconocer y explicar la dinámica organizacional de la “Clínica Jurídica”, que permite el aprendizaje de los prestadores de servicio social, voluntariado o prácticas profesionales, y cómo esos nuevos conocimientos adquiridos por los estudiantes son retomados por la organización y utilizados para su desarrollo de actividades.

Hilo conductor

El proceso de aprendizaje organizacional dentro de la clínica jurídica es diverso, debido a que los integrantes de la organización son de diferentes disciplinas y temporales, no obstante, se establecerá para un periodo de tiempo determinado la forma en que podemos reconocer y explicar la dinámica organizacional que se sigue para el aprendizaje en y de la propia organización.

Esta dinámica se reconocerá mediante entrevistas semiestructuradas dirigidas hacia los integrantes y coordinadora de la organización, que nos detallarán como se da ese proceso y cómo son sistematizados sus saberes. De igual manera, se contactarán a exintegrantes de la misma organización que dejaron algún documento que actualmente es utilizado por otros miembros de la organización para determinar este último punto, se recurrirá al análisis documental y previa entrevista a la coordinadora.

Las entrevistas a los actuales integrantes serán relevantes debido a que, dentro de las preguntas a responder, una de las preguntas eje será: para reconocer si el

conocimiento se explicita tal como lo describe (Nonaka & Takeuchi, 1999), esto es: ¿los prestadores de servicio social, voluntariado o prácticas profesionales, hacen uso de algún documento que permita su desarrollo de actividades dentro de la organización? Otro de los autores que se retomará es (Senge, 1998), del cual resulta interesante reconocer el aprendizaje en equipo; una pregunta eje respecto a este autor es: ¿Cómo el conocimiento que tiene cada uno de los prestadores de servicio social, voluntariado o prácticas profesionales, contribuye por medio de sus sesiones de aprendizaje clínico al aprendizaje organizacional?

Uno de los modelos de aprendizaje organizacional que primeramente se retomará es el de los autores Crossan, Lane, & White (1999), los cuales describen el proceso de aprendizaje compuesto por fases incrementales, mediante este modelo se verificará si el aprendizaje organizacional sólo procede de los prestadores de servicio social, voluntariado o prácticas profesionales, o si hay otros actores que tienen contacto la organización y de ellos también el aprendizaje de ésta se enriquece. Se trata entonces de descubrir ¿Qué actores que participan dentro de las actividades de la Clínica Jurídica contribuyen más al aprendizaje organizacional? Finalmente, otro autor que apoya a una de las fases del modelo retomado (intuición), es Peirce (1998), aunque cabe destacar que se irán anexando autores, conforme se vaya avanzando en la investigación. Sin duda, otro autor base por considerar es Polanyi, (2009). Todo esto abona a conocer la gestión de conocimiento dentro de la organización que lleva al aprendizaje organizacional.

Marco conceptual

La vida transcurre en organizaciones desde que nacemos hasta que morimos. Una forma de ver la vida es mediante el proceso de aprendizaje, ya que prácticamente desde que nacemos, comenzamos un proceso de desarrollo cerebral, que, a través de millones de conexiones interneuronales (sinapsis), generan la experiencia, habilidades, conocimientos y sentimientos que todo ser humano posee. Todo ello en el marco de organizaciones que proporcionan, regulan, limitan y controlan el conocimiento, por lo que podría afirmar que nuestro conocimiento es en gran proporción organizacional.

En el país existen pocas organizaciones que proveen a los estudiantes de mecanismos que promuevan un ir y venir entre conocimientos (tácito-explícito), este aprendizaje es dual, un proceso dinámico, dialéctico y se da mediante la interacción de sus integrantes, este proceso de conocimiento y aprendizaje organizacional es un constructo se ve reflejado en productos, servicios, prácticas, rutinas, normas y formas de trabajo que le permiten a la organización desarrollar sus actividades, de igual manera resulta interesante saber cómo es que a partir de los individuos y grupos dentro de las organizaciones, la misma organización aprende de sus miembros y, a partir de un conocimiento nuevo propuesto por los integrantes, luego avalado por sus compañeros, este aprendizaje se institucionaliza.

El aprendizaje organizacional permite que sus miembros conozcan y aprendan nuevos saberes, pero hay que reconocer que la organización también puede aportar conocimientos, pero derivada de los individuos.

Diversas disciplinas han realizado investigaciones desde su campo de estudio, no obstante, los estudiosos de las organizaciones deben aportar su conocimiento hacia el entendimiento-comprensión de las organizaciones tal cual son; el presente protocolo retoma de los Estudios organizacionales una de las corrientes teóricas: “el aprendizaje en las organizaciones”

Algunos autores que se pretenden abordar para reconocer, explicar, comprender y entender la dinámica organizacional en el proceso de aprendizaje son: Nonaka y Takeuchi (1999), Senge (1998), Pierce, S.C. (1998) y Polanyi, (2009).

Existen diversas formas de conocimiento-aprendizaje, (Nonaka & Takeuchi, 1999), refieren que se puede dar mediante la socialización, exteriorización, combinación e interiorización, y es representado mediante un espiral del conocimiento, es decir partimos de un conocimiento propio y conforme avanzamos nuestro desarrollo biopsicosocial nuestras habilidades, aptitudes y destrezas se van haciendo más finas y pueden partir de lo tácito y llegar a un conocimiento explícito, favoreciendo la divulgación propiciando un aprendizaje en otras personas.

De Senge, se retomará “La Quinta disciplina”, las organizaciones inteligentes permiten un proceso de aprendizaje organizacional, tomando en cuenta el dominio personal, el modelo mental, la visión compartida, el aprendizaje en equipo, generando un pensamiento sistémico, que hace referencia a la quinta disciplina. Recalca que el aprendizaje no solo es de la organización hacia sus integrantes, sino que estos últimos contribuyen a la subsistencia de la organización.

Los modelos y autores a retomar solo auxiliarán a entender como se da el proceso de aprendizaje organizacional, pero hay que considerar que este tipo de organizaciones tiene su propia forma de aprender (aprendizaje clínico), destinado a la abogacía y hay aspectos que los modelos a retomar no compaginen con su forma propia de aprendizaje; lo que interesa es entender a la organización.

Tabla 1. Autores por considerar para el estudio de la Clínica jurídica respecto al aprendizaje organizacional	
Autor	Conceptos e ideas relevantes
Senge (1998)	Nos menciona que todos somos aprendices. Su concepto clave es organización inteligente para llegar a ser una de ellas, deben adaptarse al ambiente, tener un pensamiento sistémico, un dominio personal, un modelo mental, una visión compartida y un aprendizaje en equipo.
Nonaka y Takeuchi (1999)	Explica como es el proceso de creación de conocimiento y aprendizaje organizacional a partir de conocimiento tácito y del explícito, mediante un espiral del conocimiento (socialización, exteriorización, combinación e interiorización) La clave de la creación del conocimiento es la movilización y conversión del conocimiento tácito. Niveles en las entidades creadoras de conocimiento (individual, grupal, organizacional e interorganizacional). Dimensiones en las que se da un espiral del conocimiento (ontológico y epistemológico).
Polanyi (1966)	Determina que hay dos tipos de aprendizaje el tácito y el explícito. El tácito hace hincapié en que es difícil de expresarlo con palabras hacia otros individuos, argumentando que po-

	demos saber más de lo que podemos decir.
Crossant Lane y White (1999)	El modelo de aprendizaje propuesto por estos autores está compuesto por cuatro procesos: intuición, interpretación, integración e institucionalización, en cada uno de ellos, el aprendizaje es distinto, pero cabe destacar que es dinámico y que este aprendizaje se da a nivel individual, grupal y organización.
Peirce, C.S. (1998)	De este autor nos interesa debido a que hace énfasis en que la intuición de un conocimiento es fundamental para el aprendizaje, y tiene mucha relación con el modelo que se seguirá referente a Crossant, Lane y White (1999)
Argyris & Schön (1978)	Proporciona una tipificación del aprendizaje (Single-loop learning, double-loop learning y deuterio-learning), reiterando que, con base en los errores detectados, los integrantes de la organización pueden modificar incluso su normatividad, pero el último tipo, se centra en la comprensión del sistema de aprendizaje, para evitar y corregir errores que se presenten dentro de la organización.
Fuente: Elaboración propia	

Marco contextual/referencial

La formación profesional en Trabajo Social, proporcionada por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), incluye tres años de práctica⁴ como parte del plan académico (práctica comunitaria, práctica regional y práctica institucional), cada una de ellas se desarrolla en una temática distinta y con diversas organiza-

⁴ La práctica se estructura a partir de una investigación, posteriormente elaboración de proyecto, derivado de la investigación, implementación del proyecto y finalmente una evaluación del proyecto, destacando el impacto generado.

ciones. Los grupos son reducidos (máximo 15 personas), el profesor que la imparte es especialista en la temática y organiza las actividades a desarrollar en un año, pero primeramente se realiza una investigación sobre las problemáticas, expresadas por los individuos que integran a la organización, comunidad o región.

La “Clínica Jurídica”, es una organización que contribuye a la formación de un conocimiento teórico práctico lugar donde realicé mi servicio social, compaginando mi experiencia con lo que abordan los Estudios Organizacionales, la corriente teórica que me interesa es: el aprendizaje organizacional. El interés por esta organización deriva de experiencias personales, que me aportaron como profesionista.

En México, como ya se había mencionado, son pocas las organizaciones que promueven que los estudiantes pongan en práctica los conocimientos explícitos, adquiridos en las aulas; una de las organizaciones que permite a los estudiantes de Derecho, Psicología y Trabajo Social complementar su experiencia profesional (aprendizaje) por medio de la colaboración en casos reales, en temas de Transparencia, Migración y Discapacidad, es la “Clínica Jurídica”, al estar respaldada por un aprendizaje clínico, que pone en práctica el conocimiento aprendido. No es la única organización en México que promueve esta forma de aprendizaje existen otras universidades como el ITAM (Instituto Tecnológico Autónomo de México), UJAT (Universidad Juárez Autónoma de Tabasco), entre otras, que proveen a sus estudiantes ese ir y venir de lo tácito a lo explícito contribuyendo a un aprendizaje.

Las clínicas jurídicas, hacen uso de un aprendizaje clínico, retomado de otras disciplinas como la medicina, pero con un propósito diferente enfocado a asuntos

legales. Esta forma de trabajo (aprendizaje clínico) provee a los estudiantes de diversas profesiones poner en práctica sus conocimientos y es una opción que deben de considerar diversas universidades.

La “Clínica Jurídica” es definida como un proyecto docente, de investigación y de vinculación social del Programa Universitario de Derechos Humanos. Su objetivo es promover la experiencia de la práctica profesional entre los estudiantes de Derecho de la UNAM asumiendo casos en los que se defienden los derechos humanos. Su interés está en proveerles a los estudiantes de Derecho un lugar donde practicar, como lo hacen otras licenciaturas, hay que tomar en cuenta que el interés de esta organización no solo está en este punto, sino también que, al ser catalogado como un proyecto, se encuentra en constante construcción, los estudiantes al pasar por esta organización le imprimen nuevos conocimientos-aprendizajes para que siga subsistiendo.

Investigar la dinámica del proceso de aprendizaje organizacional en la “Clínica Jurídica”, permitirá entender-comprenderla y recalcar que no solo los estudiantes de Derecho aprenden en la praxis, sino que también las otras disciplinas que la integran tienen ese mismo proceso y sus conocimientos aportados favorece al enriquecimiento y aprendizaje organizacional.

“El método clínico, es un método de enseñanza-aprendizaje cuyo objetivo es integrar el aprendizaje doctrinal y teórico, las destrezas de análisis, comunicación y persuasión al manejo de situaciones conflictivas que pueden ser resueltas por un abogado” (Álvarez, 2007, pág. 231), está enfocado a la abogacía, no obstante se

puede aplicar a otras profesiones que si bien tienen practicas dentro de sus planes de estudio, el tener un acercamiento con las personas y trabajar en casos reales permite ir vinculando aspectos teóricos y prácticos en un caso jurídico.

La encargada de la “Clínica Jurídica”, tiene un rol importante, es decir aprovechar la estancia de los estudiantes de las diversas profesiones debido a que no siempre se incorporan las mismas profesiones, por ello se incentiva a los alumnos a sistematizar sus aportes para que futuros estudiantes que integren la organización tengan un marco de referencia de su profesión y los avances que se hicieron generaciones pasadas.

Para ello es fundamental reconocer y explicar la dinámica organizacional y el proceso de conocimiento-aprendizaje entre sus miembros, ya sea de forma explícita o tácita de la organización o viceversa, en un primer momento, no obstante, ya dentro de la organización puede que exista otro tipo de conocimiento-aprendizaje que no se ha tomado en cuenta y se puede retomar para estudio.

Metodología

La metodología que se utilizará para llevar a cabo esta investigación será la metodología cualitativa. Las técnicas por utilizar serán las entrevistas semiestructuradas, la observación participante y el análisis documental para reconocer y explicar las dinámicas organizacionales y su relación con el aprendizaje de los estudiantes y su aporte que le proporcionan a la organización por medio de sus actividades, generando un conocimiento mutuo entre ambos, complejizando el proceso de aprendizaje y permitiendo la subsistencia.

Informantes

Los sujetos de estudio serán los estudiantes que integren la Clínica jurídica, la coordinadora de ésta y algunos exintegrantes, que aún tienen relación con la organización y dejaron sus aportes.

La investigación toma como referencia un periodo de 6 meses, debido a que es el periodo en el que los estudiantes prestan sus servicios a la organización. El acceso a la organización es viable, debido a que yo formé parte de la organización y siempre he mantenido contacto con la coordinadora; mi rol dentro de la organización será meramente como investigadora, no como voluntaria.

Entrevista:

La entrevista, es una técnica de corte cualitativo, se caracteriza por una conversación flexible y dinámica”, “relato verbal” (Taylor & Bogdan, 1987) que tiene como objetivo conocer y entender la postura del entrevistado sobre un tema en específico (vida, experiencias y situaciones) a partir de conocer su posición y entorno en el cual se encuentra (Álvarez-Gayou Jurgenson, 2003).

Existen diversos tipos de entrevista, sin embargo, para esta investigación, se hará uso de la semiestructurada, la cual se puede catalogar como una conversación, pero donde un punto a destacar es que el entrevistador, previamente desarrolla algunos temas o preguntas clave sobre un tema de interés (guía de entrevista) y que realizará al entrevistado, con puntos relevantes que deben ser contestados; no necesariamente debe ser respondida como fue planteada en un inicio, debido a

que la dinámica será con relación a lo emitido por el entrevistado. Resulta relevante destacar que se requiere una preparación previa para una buena interacción y resultado de ésta.

La entrevista semiestructurada será dirigida hacia los prestadores de servicio social, voluntariado o prácticas profesionales, y la coordinadora que integran a la organización. Dado que los prestadores de servicio social, voluntariado o prácticas profesionales son de diferentes disciplinas de las ciencias sociales, se entrevistará a dos de cada una (derecho, psicología, trabajo social y pedagogía) los cuales nos podrán dar cuenta de sus vivencias y cómo se da el proceso de aprendizaje, según su perspectiva. Será tarea del investigador reconstruir cómo se llega a este proceso. Como se había mencionado antes, algunas preguntas guía que se les realizará son: ¿utilizan algún documento base para realizar las actividades dentro de la Clínica Jurídica?, ¿consideran necesario dejar algún documento para que futuros integrantes de la Clínica jurídica, los utilicen en el desarrollo de actividades?

De igual manera, se realizará una entrevista semiestructurada a la encargada de la “Clínica Jurídica” la cual nos puede dar su postura frente al modelo de enseñanza clínica y las ventajas de este modelo, facilitando el aprendizaje no sólo de los estudiantes de derecho, sino de las otras disciplinas que también integran a la organización (Psicología, Trabajo social y Pedagogía). Algunas de las preguntas que se le realizarán serán: ¿la Clínica Jurídica está cumpliendo su rol de generar un conocimiento/aprendizaje en los prestadores de servicio social, voluntarios o prácticas profesionales, al implementar el modelo de enseñanza clínica? ¿Considera

que los conocimientos de los prestadores de servicio social, voluntarios o prácticas profesionales son necesarios para el funcionamiento de la organización? ¿Cuál es su papel como encargada de la Clínica Jurídica, respecto al aprendizaje de y en la organización? ¿Cuál sería la mejor manera para que los prestadores de servicio social, voluntarios o prácticas profesionales, dejen sus saberes? ¿Cómo se documentan los saberes de los prestadores de servicio social, voluntarios o prácticas profesionales?

De igual manera, se realizará una entrevista semiestructurada al encargado del Programa Universitario de Derechos Humanos (PUDH), que es la organización de la cual depende la “Clínica Jurídica” (de acuerdo al organigrama). Algunas de las preguntas que se plantean realizar son las siguientes: ¿la enseñanza clínica está favoreciendo el aprendizaje de los prestadores de servicio social, voluntarios o prácticas profesionales? ¿Qué importancia tiene que los prestadores de servicio social, voluntarios o prácticas profesionales, tengan un espacio para desarrollar aptitudes referentes a su disciplina? ¿considera que las actividades desarrolladas por los prestadores de servicio social, voluntarios o prácticas profesionales, contribuyen a su aprendizaje individual, grupal y de la misma organización? ¿considera que la organización aprende a partir de los conocimientos de los prestadores de servicio social, voluntarios o prácticas profesionales? ¿de qué manera se sistematizan esos saberes?

Observación

La observación, es una técnica catalogada como “una piedra angular del conocimiento”, según: (Álvarez-Gayou Jurgenson, 2003), sin embargo, no se debe confundir la simple observación cotidiana con la observación para un fin científico, esta última requiere una precisión de lo que se va a observar, así mismo de un registro meticuloso, donde no solo uno de nuestros sentidos interviene, para realizar una observación, se requiere estar en contacto con los sujetos que se pretenden investigar.⁵

La observación participante es una técnica que se caracteriza por una: “interacción social entre el investigador y los informantes” (Taylor & Bogdan, 1987) se entra a su espacio de interacción con el objetivo de encontrar información de primera mano, el investigador busca la manera para que los informantes no se sientan incómodos con la presencia de un extraño, emplea estrategias y técnicas para recabar información sobre un tema en específico, lo observado es registrado para no olvidar aspectos que son clave para la investigación.

La observación participante permitirá visualizar el comportamiento que tienen los estudiantes en su cotidianeidad, y se describirá como socializan, exteriorizan, combinan o interiorizan su proceso de enseñanza-aprendizaje en el desarrollo de sus actividades, sí se considera necesario se realizarán algunas entrevistas informales tanto a colaboradores cercanos a la “Clínica Jurídica”, así como a estudian-

⁵ Algunos autores han realizado algunas clasificaciones sobre los tipos de observación (participante y no participante), pero los que optan por ser cualitativos, conciben que toda observación es participante, no importando el contacto directo o no.

tes que forman parte de una práctica institucional de la Escuela Nacional de Trabajo Social.

Análisis documental

El análisis documental, es una técnica que permite al investigador recupera información, mediante “documentos, registros y materiales oficiales y públicos, disponibles como fuentes’ de datos” (Taylor & Bogdan, 1987) sobre una organización en específico que da cuenta de aspectos generales sobre la misma e incorpora materiales sobre las actividades que desempeñan los integrantes, así como formatos, expedientes, casos, antecedentes, etc., el investigador hace uso de esta información, pero solo utiliza la que considere necesaria para su investigación.

Se recurrirá al análisis documental que nos pueda proporcionar la coordinadora de la clínica jurídica, algunos de los documentos que se esperan revisar son: los que den cuenta de la estructura (organigrama), funciones de los prestadores de servicio social, voluntarios o prácticas profesionales, constitución (misión, visión, objetivos), aspectos operativos (reglas, normas, etc.), y aspectos que expliquen la dinámica de aprendizaje en y de la organización tales como: funcionamiento, ventajas y desventajas de la enseñanza clínica, utilidad, importancia de tener experiencia dentro de los estudios universitarios, algunos documentos que utilicen regularmente los prestadores de servicio social, voluntarios o prácticas profesionales, en sus actividades y son recurrentes con la llegada de un nuevo usuario de los servicios que proporciona la organización.

Productos

Lo que se pretende obtener a partir de esta investigación es conocer y reconocer el aprendizaje organizacional, primeramente, se determinará cómo es que aprende la organización, representando el proceso mediante un diagrama, haciendo uso de los modelos retomados y detallando cada uno de los procedimientos que se pueden contrastar en la organización, de igual manera se explicarán porque determinados procesos no se presentan, posteriormente, se reconocerán los aspectos que distinguen a la Clínica jurídica de otras organizaciones respecto a lo que se tiene estipulado sobre el proceso de aprendizaje.

Sugerencias a la organización: medidas debe tener para que el aprendizaje de los alumnos incremente más el aprendizaje organizacional y no se vaya con los que integran la clínica jurídica después de su voluntariado, prácticas profesionales y servicio social.

Referencias

Álvarez, A. (2007). La enseñanza clínica. "La educación clínica. Hacia la transformación de la enseñanza del derecho". En M. y. Villarreal, *Enseñanza clínica del derecho. Una alternativa a los métodos tradicionales de formación de abogados*. México: ITAM.

Argyris, C. (2000). *Sobre el aprendizaje organizacional*. México: OXFORD.

- Argyris, C., & Schön, D. A. (1978). *Organizational Learning: a theory of action perspective*. USA: Addison-Wesley Publishing Company.
- Barba Álvarez, A. (2013). "Conferencia Administración, Teoría de la organización y estudios organizacionales. Tres campos de conocimiento, Tres identidades". *Gestión y Estrategia*, 139-151.
- Contreras Manríque, J. C., & De la Rosa Albuquerque, A. (2013). "Organizaciones y políticas públicas. elementos para trabajar una perspectiva organizacional de las políticas públicas". En A. y. De la Rosa Albuquerque, *Hacia la perspectiva organizacional de la política pública. Recortes y orientaciones inicialesd* (págs. 13-56). México: Fontamara.
- Crossan, M. M., Lane, H. W., & White, R. E. (1999). An Organizational Learning Framework: From Intuition to Institution. *The Academy of Management Review*, 24(3), 522-537.
- Daff, R. (1998). "Fundamentos de la estructura de la organización". En R. Daff, *Teoría y diseño organizacional* (págs. 200-243). México: Thompson Editores.
- Gherardi, S. (2000). "Where learning is Methaphors and situated lerarning in a planning group". *Human relations*, 8(53), 1057-1080.
- González Miranda, D. R. (2014). "Los Estudios Organizacionales. Un campo de conocimeinto comprensivo para el estudio de las organizaciones". *Innovar*, 24(54), 43-58.

Leavitt., B., & March, J. G. (1988). Organizational Learning. *Annual review of Sociology*, 319-340.

Mintzberg, H. (1989). "Sobre las organizaciones: la organización profesional, innovadora, misionera, política". En H. Mintzberg, *Mintzberg y la dirección* (págs. 203-297). España: Días de Santos Ediciones.

Morgan, G. (1998). *Imágenes de la organización*. México: Alphaomega.

Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora de conocimiento*. México: Oxford University Press.

Polanyi, M. (2009). *The tacit dimension*. The United States of America: Random House, University of Chicago Press.

PUDH. (2017). <http://www.pudh.unam.mx>. Recuperado el 25 de noviembre de 2018, de <http://www.pudh.unam.mx>: http://www.pudh.unam.mx/index_clinica_juridica.html

PUDH-UNAM. (28 de mayo de 2018). <http://www.pudh.unam.mx>. Obtenido de <http://www.pudh.unam.mx>: http://www.pudh.unam.mx/index_clinica_juridica.html

Senge, P. M. (1998). *La quinta disciplina. Cómo impulsar el aprendizaje en la organización inteligente*. México: Granica.

Economías colaborativas: una propuesta de investigación organizacional

Modalidad: Protocolo de investigación

Ramiro Orea Rivera

Universidad Autónoma Metropolitana – Unidad Iztapalapa

Av. San Rafael Atlixco 186, Leyes de Reforma 1ra Secc, 09340 Ciudad de México, CDMX, Código 09638 México/Ciudad de México

Economías colaborativas: una propuesta de investigación organizacional

Resumen

Las organizaciones son diversas en formas, tamaños y diseño que han pasado de visión tradicional de corte industrial predominante durante el siglo XIX a principios del siglo XX, hacia a grandes conglomerados que ocupan diversos puntos del mundo, manejan grandes cantidades de información y recursos. La globalización, la turbulencia, el dinamismo y la explosión de incógnitas son componentes en el siglo XXI que las organizaciones no pueden soslayar. Esta investigación trata en el reconocimiento de las economías colaborativas y su adopción por parte de las organizaciones que permite generar aciertos y desaciertos en su ambiente.

El objetivo de elaborar un modelo de estudio que permita encontrar e identificar elementos para su caracterización, clasificación y discusión sobre las mismas.

El interés de este trabajo reside en evidenciar como la tecnología, la innovación, las TICS han cambiado de forma drástica las relaciones personales, pero sobre todo a las organizaciones que deben adoptar y emplear estrategias de cambio y desarrollo para su supervivencia. Con ellos se pretenden realizar un aporte al campo y acervo de los Estudios Organizaciones pues, actualmente no se ha enmarcado una dirección de estudio sobre las Economías Colaborativas para conocer aspectos que vayan más allá de un corte económico o administrativo sino bajo una perspectiva organizacional.

Palabras clave

Economías colaborativas, innovación, nuevas formas de organización

Planteamiento del problema

Los esquemas de Economía Colaborativa como modelo de negocio han generado una serie de beneficios a organizaciones que ofertan servicios principalmente de hospedaje, espacios de trabajo y transporte particular o servicio de taxi, entre otros. Estos beneficios se han traducido en oportunidades de crecimiento, vanguardia tecnológica, apertura y consolidación de un mercado donde cada vez más organizaciones tienden a participar con el objetivo de adoptar estos modelos y con ello pertenecer a una nueva oleada de cambio.

Este empoderamiento en las organizaciones derivado de los modelos de Economía colaborativa, en un primer acercamiento presenta cauce multidireccional que se precia de ser atendido de diversas perspectivas, por ejemplo, una perspectiva política, para explicar las relaciones de poder que inciden dentro de estos modelos; normativa, para atender los marcos normativos que regulan sus actividades con el objetivo de ser lo más transparente posible; económica, para abordar las relaciones instrumentales que pretenden eficientar dichos modelos; y una perspectiva organizacional orientada hacia el estudio de la Economía Colaborativa entendida como un fenómeno que incide en las organizaciones y que pueda ser explicado de forma holística pero también de forma particular hacia los elementos que la integran.

Y aunque los esfuerzos por atender este tipo de esquemas o modelos prevalecen en su mayoría de un corte económico o administrativo que demuestran su funcionalidad, ello no ha permitido apreciar de forma sustancial aquellos aspectos que dotan a la Economía Colaborativa de un corte organizacional que no solo contemple elementos funcionales o racionales sino también simbólicos, críticos, culturales

discursivos, entre otros. Pues es imperativo indicar que el estudio de las organizaciones ya no sólo es teniendo como modelo ideal a la empresa, sino que concibe a todo tipo de organizaciones desde diversos puntos de vista.

Por ello es necesario empezar a trazar una conducción de estudio sobre dichos modelos desde una perspectiva organizacional para reconocer aquello que va más de lo económico y pragmático; estudiar y comprender aquellos criterios que a simple vista no son reconocidos pero que para los esquemas de Economía Colaborativa representan un valor que es pertinente atender organizacionalmente hablando.

Lo anterior precisa la elaboración de una investigación que permita recabar información teórica, así como de aquellos elementos cualitativos y cuantitativos que están en torno a la Economía Colaborativa con el fin de desarrollar un marco epistemológico que ayude a comprender su naturaleza, las formas que adopta la economía colaborativa, su impacto en las organizaciones y de qué forma estas últimas hacen uso de dichos modelos.

A partir de la problemática expuesta, se enmarcan una serie de preguntas que pretenden orientar esta investigación hacia un entendimiento de la Economía Colaborativa desde los estudios organizacionales.

1. ¿En qué medida las organizaciones comparten de forma parcial o total rasgos con la economía colaborativa, es decir, de que forma la economía colaborativa ha sido incorporada a las organizaciones y cuáles son los elementos que podrían definir una economía colaborativa dentro de los estudios organizacionales?

2. ¿Cuáles son las condiciones de diseño y estructura organizacional que predomina en los modelos de Economía Colaborativa?
3. ¿Los modelos de economía colaborativa fomentan el desarrollo y creación de un tipo de organización?
4. ¿De qué forma permea el uso de las tecnologías de la información, en especial de las aplicaciones móviles en las organizaciones que basan sus actividades en la economía colaborativa?

Objetivo

Mostrar como las organizaciones adoptan de forma parcial o total modelos de Economía Colaborativa que permita sustentar bases teóricas para una adecuada integración al campo de los Estudios Organizacionales en México.

Objetivos específicos:

Identificar los elementos de corte organizacional de la Economía Colaborativa con base a posturas teóricas clave que permitan su caracterización, clasificación y discusión dentro del marco de los estudios organizacionales.

Mostrar y divulgar los resultados obtenidos de un estudio de caso sobre la economía colaborativa en el contexto mexicano para la contribución al campo de los estudios organizacionales y la ampliar las discusiones sobre el tema.

Justificación

El estudio de los Modelos de Economía Colaborativa corresponde en primera instancia en comprender como los cambios durante los últimos cincuenta años ha mer-mado el mundo de las organizaciones, es decir, los cambios se han traducido en el empleo de nuevas formas de *mejorar y adaptar* prescindiendo de estructuras rígidas hacia el desarrollo de esquemas de trabajo más especializados y la adopción de diversas estrategias para el incremento de la flexibilidad, la capacidad de adaptación, apropiación tecnológica, colaboración, redes o alianzas, así como la creación de necesidades para introducir nuevas soluciones.

Por otro lado, las investigaciones sobre los modelos de Economía Colaborativa desde el punto de vista de los Estudios Organizacionales resultan ser escasas, sin embargo, eso no impide que este trabajo plantee la necesidad de empezar a conducir estudios sobre dichos modelos bajo una perspectiva organizacional y que apoyada bajo otros enfoques permita ampliar los debates e investigaciones.

Finalmente, este trabajo subyace en la necesidad de ampliar los conocimientos sobre el tema, participar e integrar un trabajo de corte profesional pertinente al campo de los Estudios Organizacionales con el objetivo de colaborar en acervo temas que son relevantes para el campo y que sean referentes para futuras investigaciones.

Marco teórico

Los marcos de referencia para el estudio de las economías colaborativas que se pretenden desarrollar dentro de este protocolo de investigación buscan generar una conversación para lograr concretar ideas claras y lucidas. A continuación, se hace mención de algunos de ellos.

El mundo de las organizaciones

El mundo de las organizaciones se caracteriza por un panorama sumamente amplio, representado por situaciones que suelen ser ambiguas, complejas, difusas y de distinto matiz en cuanto a la diversidad de organizaciones que nos rodean. Sin embargo, la oportunidad de acercarse a los estudios organizacionales permite vislumbrar de mejor manera este panorama para darse cuenta que las organizaciones exigen algo más que solo reconocerlas; estudiar, analizar y comprender distintas realidades organizacionales brinda un abanico rico en conocimiento, ideas y herramientas para atender de una forma más clara a las organizaciones.

Los estudios organizacionales y su naturaleza multidisciplinaria integra campos de conocimiento como Teoría de la organización, Administración, Psicología, Economía, Antropología, entre otros que han servido como ejes conductores para la elaboración de marcos teóricos adecuados para explicar nuevas realidades organizacionales. Esta cualidad de los Estudios Organizacionales enriquece y complejiza aún más el zoo *organizacional* del cual, al respecto, Perrow (1984) afirmaba que al abordar a las organizaciones cada interpretación realizada para definir su naturaleza suele ser difusa, poniendo de manifiesto la desorientación de las propias ideas,

tal como si se tratara de un grupo diverso de ciegos tratando de describir a un elefante respecto a muchas otras especies que también representan una gran diversidad de organizaciones, lo cual pone de manifiesto la exigencia de una serie de conocimientos fundamentales y teorías para explicar a la organización en su totalidad.

Hoy se puede hablar de un *“mar organizacional”* en el cual se está sumergido y se desconoce la profundidad de este, es decir, se puede andar por la superficie de las organizaciones como miembros efímeros y jamás volver a esa organización o se puede estar en lo más profundo, donde se está completamente inmerso dentro de una organización o varias organizaciones las cuales han penetrado todos los aspectos de la vida a tal grado que el solo hecho de salir de ella desequilibraría por completo al individuo y tendría la necesidad de regresar para sentirse seguro o *“como pez en el agua”*. Esta condición no es evidente, pero es cierta, las organizaciones viven en el sujeto y él vive para ellas.

Al respecto, Mintzberg (1989), sobre las organizaciones nos advierte que estas nos abastecen y nos explotan, no podemos escapar de ellas y ellas no pueden funcionar sin nosotros. Sin embargo, a pesar de vivir toda nuestra vida en ellas también podemos acercarnos a conocerlas mejor.

Este acercamiento a la organización en primer lugar responde a un discurso histórico que no es ajeno a esta investigación, para Reed (1996), la noción y estudio de las organizaciones puede observarse de manera histórica por medio de diferentes narrativas de análisis organizacional vinculadas a diferentes perspectivas y/o estudios. Estas narrativas son derivadas de un ejercicio reflexivo en el que se plantea la manera en que las organizaciones han pasado de ser herramientas de la socie

para imponer orden, control y prosperidad hacia espacios complejos de incertidumbre, ambigüedad y de luchas constantes de poder.

Las narrativas de análisis organizacional propuestas por Reed son entendidas como marcos explicativos de un fenómeno a través de una transición contextual, de esta manera la narrativa de la racionalidad, se orienta a explicar el orden y la eficiencia que caracterizó a las organizaciones de corte industrial de finales del siglo XIX y principios del XX junto a una visión científica de la administración que se plasmó en corrientes tayloristas y definió una sociedad moderna; la narrativa de la integración, observa a la organización como un sistema social compuesto por personas conscientes capaces de tomar decisiones basadas en la evaluación de alternativas y la concepción del hombre administrativo; la narrativa del mercado, ve a las organizaciones como agentes económicos que se comportan bajo principios de maximización de recursos, se orienta a su participación en las tendencias del libre mercado, su regulación y en el desarrollo del capitalismo neoliberal; la narrativa del poder, contempla las relaciones de las estructuras de poder en las organizaciones y su institucionalización como un sistema de coordinación y dominación capaz de legitimarse en la continuidad del tiempo; la narrativa del conocimiento, está orientada a explicar las relaciones de control y poder concentrado en las organizaciones derivado de una colección de conocimientos y habilidades técnicas aprovechadas por relaciones sociales para emerger y producirse en situaciones específicas, la narrativa del conocimiento ve a la organización como ente de control disciplinar para la apropiación de diversos espacios esto se aprecia en los procesos fordistas y en las organizacio-

nes postindustriales basadas en la vigilancia; finalmente el narrativa de red, representa una serie de observaciones sobre los cambios globales de corte tecnológico, económico, político y económico que han polarizado el mundo organizacional durante la segunda mitad del siglo XX, estos cambios se ven reflejados en la transición de las organizaciones industriales a las postindustriales que se caracterizan por la integración de tecnologías de la comunicación y sistemas de difusión de conocimiento que ha permitido las organización romper las barreras espaciales y temporales hacia un nuevo orden económico global conectado pero cada vez más complejo.

El planteamiento de Reed (1996), pone sobre la mesa un análisis sobre las diferentes aristas que desmenuzan a las organizaciones y su concepción, primeramente, como símbolo de comunidad y solución a los problemas sociales, pero también como una herramienta de control para impartir orden y regular a la sociedad. Por lo tanto, se puede abordar a las organizaciones como una colección de análisis de diferente índole, continuos que dan forma, cambio e identidad, pero a la vez constituyen y reafirman las bases de los estudios de la organización dentro de una esfera de debates, diálogos, restricciones y oportunidades.

El siguiente apartado se apoya en la concepción de la narrativa en Red para explicar los cambios que han atravesado las organizaciones, una transición impulsada por los cambios tecnológicos especialmente por las tecnologías de la información y su concepción hacia espacios globales que se alejan de una visión tradicional de la organización, esto con el objetivo de presentar una de las causas de la aparición de la Economía Colaborativa en las organizaciones.

1.1 Organizaciones: de lo tradicional a lo global

En una visión *Etzioniana*, las organizaciones han pasado de arreglos de entre dos o más personas a grandes espacios; son diversas en formas, tamaños y diseño donde se manejan grandes cantidades de información y recursos. Esta diversidad se hizo notable a partir de la transición de las organizaciones industriales de finales del siglo XIX y principios del siglo XX hacia organizaciones post industriales en la segunda mitad del siglo XX, Bell (1976), estas últimas, se caracterizaron por manifestar e implementar nuevas formas de producción, esquemas obrero-patronales flexibles, esquemas organizacionales postburocráticos, atención por la cultura organizacional, desarrollo e innovación tecnológica y un cambio sustantivo de la producción de bienes hacia a la oferta de servicios.

Esta transición se puede atender bajo los cambios de una tercera revolución industrial, obra propuesta por Rifkin (2011), en la cual afirma que la especie humana ha comenzado a agotar los recursos energéticos que caracterizó a una era de combustibles fósiles que permitió progreso de la humanidad, desarrollo urbano, industrial y tecnológico durante el siglo XX, sin embargo, el abuso y su eventual agotamiento ha puesto en tela de juicio el papel del hombre y sobre todo el de las organizaciones corporativas que se han enriquecido a costa de sobre explotar sus recursos. Aunado a ello, la apertura de los mercados, el encadenamiento de movimientos sociales y culturales de diferentes dimensiones pusieron en tela de juicio el papel de la gran empresa capitalista alejándola de su imagen benefactora que la caracterizó durante el siglo XX.

Heydebrand (1989), argumenta que esta transición está marcada por la turbulencia del entorno, cambio rápido, complejidad, e incertidumbre. Durante esta transición se desarrollaron una serie de cambios que abarcan fenómenos como la dinámica de las corporaciones, formas de organización postburocráticas, el papel de la producción que integra la informática en la interiorización de procesos y el reemplazo de las reglas burocráticas externas por programas de cómputo, así como una ideología de servicio de responsabilidad en las organizaciones que ofertan servicios. Esta perspectiva sugiere que el desarrollo del capitalismo postindustrial generó nuevas formas de organización que responden a los cambios socioeconómicos, pero de un modo selectivo y convergente, es decir, hay organizaciones que tienden a desaparecer por falta de adaptación, otras se mantienen mediante nichos fuertemente institucionalizados y son capaces de adaptarse, (similares a los seres vivos dentro de la selección natural), sin embargo, dicha transición tiene un impacto en el entorno que marcado históricamente obedece a revoluciones de distinta naturaleza, el papel cambiante del estado, el desarrollo de conocimiento especializado y la introducción de tecnologías de la información. Montaña (1991), apunta que las nuevas tecnologías han dado como resultado una serie de procesos automatizados que han inducido modificaciones estructurales importantes en el seno de las organizaciones. Por su parte, Ibarra (1999), la incorporación acelerada de nuevas tecnologías de producción ha generado formas post burocráticas de organización sustentadas en la externalización de las relaciones de empleo. Y por otro lado la integración de

flujos económicos internacionales, apoyados en sofisticados sistemas de comunicación han transformado el sentido del espacio y el tiempo, modificando con ello las formas de intercambio y producción.

Pero no solo los cambios históricos transformaron a la organización, sino también la forma de la organización, de acuerdo con Clegg (1996), sostiene que organizaciones durante el siglo XX se hincaban en la instrucción y vigilancia a través de la comunicación personal, escrita o verbal, en el control y monitoreo de la vida organizacional mediante la discrecionalidad personal. Predominaba un sentido racional-instrumental basado en un enfoque totalmente funcionalista que buscaban maximizar todo aquello que entrara a la organización y permitiera centralizar la toma de decisiones en una sola persona. Rifkin (2011), argumenta que incluso se pensaba de un modo mecánico y utilitario, donde el espacio era considerado una especie de almacén repleto de recursos útiles listos para apropiarse de ello con fines económicos y el tiempo podía manipularse para acelerar procesos de producción y crear una fuerza de trabajo ilimitada.

Sin embargo, nuevos enfoques dentro del diseño organizacional, el surgimiento de lo virtual, la red global y posmodernidad, las organizaciones experimentaron un impulso de transición hacia diversos enfoques teóricos propuestos por estudiosos preocupados por el papel de las organizaciones en la esfera social, de esta manera el papel interpretativo de la organización propuesto por Silverman (1975), observó a la organización más allá de un discurso funcional sino enfocado hacia una fenomenología de las organizaciones; Braverman (1974), desde una postura marxista

puso en tela de juicio las condiciones laborales mermadas por la gran empresa capitalista; Burrell y Morgan (1979), plantearon una postura radical humanista marco un sesgo hacia la visión crítica del modernismo en las organizaciones.

Estas perspectivas hacia los estudios organizacionales también han colocado un lente para evidenciar que el estudio de las organizaciones no es meramente económico o racional, sino también crítico, cultural, fenomenológico, entre otros, marcando una tangente que señaló la diversidad de organizaciones que nos rodea, donde ser eficiente es una variable más a estudiar en un mundo en constante cambio y complejo a la vez en una relación de causa y efecto con el desarrollo de la historia.

Economía Colaborativa y organizaciones

Recientemente, la Economía Colaborativa ha cobrado fuerza como un movimiento importante que ha traído diversos beneficios a quienes deciden participar en ella con el objetivo de obtener numerosos beneficios a partir de la colaboración como parte esencial de su naturaleza, sin embargo, es pertinente atender en principio sus antecedentes y características para llegar a una definición de E.C que comparta un vínculo con las organizaciones.

Economía Colaborativa, desarrollo y definición

El desarrollo de la Economía Colaborativa se puede explicar bajo la relación entre los conceptos referentes al: *procomún colaborativo*, *el consumo colaborativo* y *las interacciones peer to peer*. Esta propuesta de atención está basada en el trabajo de Díaz (2016), elabora un análisis de la E.C desde la perspectiva de la legalidad que busca la asignación correcta de marcos normativos que regulen las actividades de

la Economía Colaborativa. A continuación, se plantean los conceptos mencionados anteriormente, empero, su tratamiento estará vinculado a una perspectiva organizacional y posteriormente se propondrá una definición de E.C pertinente a las organizaciones.

El concepto de Economía Colaborativa se puede explicar en un primer acercamiento a la idea de *procomún colaborativo*, término que de acuerdo a la obra de Rifkin (2014), representa un cambio paradigmático, que está transformando la forma de organizar la vida económica, democratizando y creando un estilo de vida más sostenible.

Se está en presencia de una economía híbrida, en parte de mercado capitalista y en parte procomún colaborativo; dos sistemas económicos que suelen actuar conjuntamente y que, a veces, compiten entre sí. Existe un beneficio de las sinergias que surgen a lo largo de sus perímetros respectivos y, al mismo tiempo se añade valor mutuo. En otras ocasiones se oponen con fuerza donde uno intenta absorber o sustituir al otro. (Rifkin, 2014, p. 11)

Siguiendo la obra de Rifkin, otro elemento a considerar es la integración del *internet de las cosas* al procomún colaborativo, el internet de las cosas representa una red mundial que integra a todas las personas, maquinas, recursos, cadenas de producción, logística, y prácticamente cualquier aspecto de la vida económica y social están conectados mediante sensores y programas que envían grandes cantidades de datos en tiempo real con el fin de obtener información, analizarse, transformarse y automatizarse para mejorar eficientemente una gama de bienes y servicios de toda la vida económica.

Otro punto de inicio para el entendimiento de la E.C es el *consumo colaborativo*, concepto propuesto en el trabajo de Bostman y Rogers (2010), ellos observaron una serie de tendencias sobre historias que abordaban como el intercambio, préstamo e intercambio reactivaba comunidades mediante el papel de la sociedad bajo un pensamiento colectivista orientado al gobierno de los bienes comunes, pero algo que notaron es que el desarrollo de estos proyectos denominados como: *Coworking*, *Co-Housing for Gen* y *Couch Surfing* eran punto de atención sobre temas de economía, psicología social que buscaban atender este comportamiento de auto organización como si fueran hormigas capaces de crear redes para colaborar que renuevan y revientan conceptos simples como compartir.

Continuando con Bostman y Rogers (2010), la colaboración es la esencia del consumo colaborativo y este tiene múltiples matices, cara a cara, usarse el internet para conectarse, formar grupos o encontrar algo o a alguien para crear sinergias y añadir un valor a algo que de forma individual no podríamos. Las personas están compartiendo bienes y servicios, creando comunidades, una economía y una cultura de lo mío es tuyo. El consumo colaborativo, permite a las personas darse cuenta de los beneficios del acceso, a productos y servicios sobre propiedad y al mismo tiempo ahorra dinero, espacio y tiempo; hacer nuevos amigos y obtener un empoderamiento como ciudadano que gracias a las redes inteligentes y en específico a las redes sociales permiten saltar en el tiempo para la creación de sistemas innovadores como el uso compartido de un automóvil o una casa.

Desde este punto de vista, la visión de Bostman y Rogers, proponen un estilo de vida sostenible, ecológico que permita a las personas regresar a los valores de la

compartición favoreciendo las relaciones personales basadas en la confianza y el conocimiento del otro para llegar a una generación del nosotros. Este nuevo estado se encuentra fuertemente vinculado al uso de internet lo que propicia el consumo colaborativo agrupado en tres grupos:

1. Sistemas de servicios de productos: son aquellos en los que existe preferencia sobre la compartición de bienes y productos mas no su posesión, por ejemplo, prestar un taladro a un vecino para sus tareas domésticas.
2. Mercados de distribución: son los espacios que permiten la transmisión de bienes usados entre los usuarios, pero esta transmisión es controlada por los usuarios dueños orientados hacia reciclar, redistribuir, reducir, reparar y reutilizar, ejemplo de ello son las plataformas de compra venta por internet como *E-bay* o “Segunda Mano” en México.
3. Estilos de vida colaborativo: en una forma para el intercambio de cosas como capacidades personales o grupales, tiempo, espacio, o dinero. Por ejemplo, el servicio de transporte particular donde las personas invierte su tiempo para conducir y ayudar a las personas a llegar a su destino.

Por último, el desarrollo de interacciones Peer to peer (o de igual a igual), sentó a un más los procesos de colaboración entre diversos usuarios. De acuerdo con Bouwens (2006), presidente de la fundación P2P, los de procesos de igual a igual representan un nuevo modo de producción que intensificaron la participación para colaborar, dicho proceso consta de los siguientes puntos:

- Producir un valor a través de la libre colaboración de los productores que tienen acceso a un capital, donde el resultado de la producción no tiene val

de cambio para un mercado, pero si un valor de uso para una comunidad de usuarios.

- Los productos esta regidos por una comunidad y no por un mercado, lo que genera un modo de gobierno.
- Hacer que el valor de uso sea libre y accesible de forma universal a través de una forma de propiedad común diferente a la propiedad privada.

Siguiendo con el trabajo de Bouwens, este afirma que existen cinco condiciones para el desarrollo de las interacciones peer to peer. La primera de ellas, es la existencia de una estructura tecnológica física, que incluya ordenadores capaces de desempeñar tareas específicas; internet, como red punto a punto para conectar usuarios; y un sistema de gobernanza que incluya una relación jerárquica basada en protocolos y dominios. La segunda condición es la existencia de sistemas alternativos de comunicación e información autónoma entre los cooperantes, es decir, la producción, difusión y consumo de material escrito y audiovisual que pueda ser distribuido sin intermediarios. La tercera condición es la presencia de tecnología de software para la autónoma cooperación, son herramientas colaborativas como blogs, wikis, etc., integradas a redes sociales. Esto permite la confianza y el desarrollo de capital social que permita la creación de grupos para la creación de valor de uso sin intermediarios. La cuarta condición es un marco legal que cumpla cabalmente la infraestructura productora de valor de uso, así como la aplicación de licencias vigentes que, de protección a dicho valor de uso, así como su valor viral. Y finalmente el último requisito es cultural, referida a esta como la difusión hacia las masas de este valor, es la distribución de la intelectualidad, de los cambios del ser,

del saber y de los valores que han instrumentado este tipo de cooperación y sea permisible generar más proyectos.

En la siguiente figura se ilustra la integración del procomún colaborativo, la introducción de relaciones peer to peer y el consumo colaborativo como bases del desarrollo y presentación de la Economía Colaborativa. Así mismo, se proponen una definición de E.C acorde a los elementos descritos que permitan su construcción de forma coherente.

Figura 1.3 Elementos de un modelo de Economía Colaborativa, fuente: elaboración propia

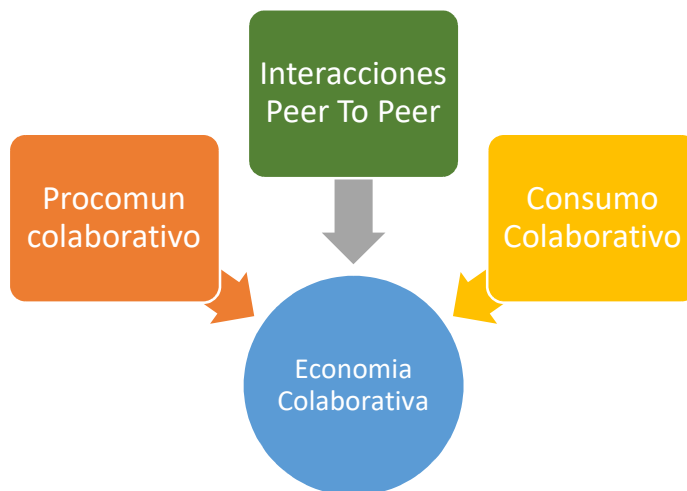


Tabla 1.2 Elementos de un modelo de Economía Colaborativa, fuente: elaboración propia

	Procomún colaborativo	Interacciones Peer to peer	Consumo colaborativo
Economía Colaborativa	Transformación y cambio de la vida económica, mediante un estilo de vida sostenible apoyado por el internet de las cosas.	Modo de producción de igual a igual fundamentada en procesos tecnológicos e informáticos que facilita la comunicación y creación de valor para comunidad sin la participación de terceros.	La colaboración como forma de empoderamiento entre diferentes usuarios para reducir costos, compartir recursos, tiempo y espacios, mediante la creación de grupos o comunidades conectadas a plataformas tecnológicas.

En un modo concreto se puede entender a la Economía Colaborativa como un proceso de colaboración y como un mecanismo de gestión económica; como proceso de colaboración: es compartir recursos, gastos, espacios y tiempo entre una o más personas conectadas entre sí mediante una plataforma tecnológica conectada a una red de Internet o por medio de aplicaciones móviles que han transformado sustancialmente las relaciones entre personas y entre organizaciones; como mecanismo de gestión económica, su aplicación estriba cambios de entorno, reducir la incertidumbre y adoptar una postura guiada por conductas colectivas hacia estados más sostenibles, pero también eficientistas vinculados a una red o plataforma tecnológica que genera espacios para que más personas puedan participar y con ello obtener distintos beneficios.

Metodología de trabajo

La propuesta metodológica para el estudio de caso que se pretende desarrollar, parte de analizar aquellos elementos que permitan la caracterización de una organización del tipo economía colaborativa.

La metodología que pretende conducir este estudio de caso, se apoya tanto en elementos cuantitativos como cualitativos, se hace mención de ellos para poder sistematizar el proceso de investigación, así como el de llevar a cabo un rigor académico que permita la búsqueda y la construcción de resultados fehacientes, útiles y disponibles para la retroalimentación de este trabajo.

Este acercamiento metodológico, al estudio caso parte en primera instancia a partir de una participación etnográfica al objeto de estudio, es decir, la observación de

fenómenos organizacionales en una organización del tipo economía colaborativa, para reconocer las conductas de los actores que se ven involucrados, así como las relaciones entre ellos y con su exterior.

Además, de la observación en calidad etnográfica se implementarán una serie de entrevistas y cuestionarios que permita reconocer y hacer evidente las practicas organizacionales que incurren en las economías colaborativas.

Conclusiones

Los resultados que se esperan obtener de este estudio de caso buscan dar una posible respuesta sobre si la Economías Colaborativas representan una nueva forma de organización que se incorpora a la diversidad organizacional y que nace como respuesta determinada del avance tecnológico, o como figura parte de los procesos de innovación y desarrollo tecnológicos fundamentados en un conocimiento especializado, en flexibilidad a nivel estructural y diseño que pertenece como una extensión más control y racionalidad de las formas modernas de organización.

Posteriormente, se realizará la construcción de un modelo comprensivo de economías colaborativas para reconocer sus características, su diferenciación y la dinámica con la que estas organizaciones han sabido generar diversas estrategias para posicionarse como una forma innovadora de hacer las cosas.

Finalmente, se pretende ampliar las discusiones y conversaciones que permita integrar nuevos elementos de análisis como el poder, la cultura organizacional, el cambio, estudios críticos, entre otros más que permitan enriquecer este trabajo.

Referencias

- Barba Álvarez, Antonio (2013) “Conferencia. Administración, Teoría de la organización y estudios organizacionales. Tres campos de conocimiento, tres identidades”, en revista, gestión y estrategia, núm. 44, págs. 139-151.
- Clegg, Stewart (2007) “Encontrando sentido a la globalización en la teoría de la organización” en Estudios Organizacionales y asuntos globales. Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa. Págs. 133-170
- Clegg, Stewart, Cynthia Hardy (1996) “Introduction Organizations, Organization and Organizing”, en Clegg Stewart, Handbook of organization, Londres. Págs. 1-28
- Diego René González-Miranda (2014)” Los estudios organizacionales. Un campo de conocimiento comprensivo para el estudio de las organizaciones”; en revista Innovar, vol. 24 núm. 54, pp.43-58.
- Gentilin, Mariano (2015) “La organización virtual: caracterización, diferenciación, y conceptualización”, en revista Estudios Interdisciplinarios de la organización. Colombia Núm. 7 enero-junio 2015.
- Heydebran, Wolf (1989) “New organizational forms” en Work and occupations. Vol 16, núm. 3 agosto págs. 323-357
- Ibarra Eduardo (1999) “los saberes sobre la organización: etapas, enfoques y dilemas” en Castillo Mendoza, Carlos A. Economía, organización y trabajo: un enfoque sociológico, Madrid, Pirámide, págs. 95-154.

- Mintzberg, H. (1989). *Mintzberg y la dirección*. Madrid: Díaz de Santos.
- Rifkin, Jeremy (2015), *La sociedad de costo marginal cero, El internet de las cosas, el procomún colaborativo y el eclipse del capitalismo*. Paidós, Barcelona.
- Rifkin, Jeremy (2011) *La tercera revolución industrial*. Paidós, Barcelona.
- Bell, Daniel (1994) *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. Alianza Universidad
- Perrow, Charles (1984) “La historia del zoológico o la vida en el arenal organizativo”, en Salaman, Graemme y Kenneth Thompson, *Control e Ideología en las organizaciones*, Fondo de Cultura Económica, México, pp. 293-314. Press Publishers, Connecticut, pp. v-xvi, 5-14.
- Bostman y Rogers (2010) *Whats is mine is yours. The Rise of collaborative consumption* Harper Collins. Nueva York
- Reed, M (1996) *Organizations Theorizing: a historically constested terrain*. En S. R Clegg. C Hardy, & W.R Nord. Handbook of organizations studies, pp. 31-56. London Sage.
- Slee, Tom (2017) *Lo tuyo es mío. Contra la economía colaborativa*. España: Taurus

Referencias Web

https://retina.elpais.com/retina/2017/04/13/tendencias/1492105156_864757.html

https://www.clarin.com/suplementos/zona/economia-colaborativa-nueva-forma-consumir-comprar-vender-utilizar_0_ByCT4AJSZ.html

<https://retos-directivos.eae.es/que-es-la-economia-colaborativa-y-cuales-son-sus-beneficios/>

<https://www.forbes.com.mx/economia-colaborativa-clave-desarrollo-mexico/>

Apartado D

Organizaciones de los
sectores público y social

La inteligencia emocional y su relación con el liderazgo en estudiantes de posgrado

Modalidad: Protocolo de Investigación

Johanna Moscoso Pacheco
María del Carmen Sandoval Caraveo
Candelaria Guzmán Fernández

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Ciencias Económico Administrativas
Av. Universidad s/n Zona de la Cultura, Villahermosa, Tabasco, México. Código postal 86040

La inteligencia emocional y su relación con el liderazgo en estudiantes de posgrado

Resumen

Desde hace muchos años el ser humano ha buscado un sentido a su existencia, prueba de ello la dan los filósofos en su largo camino por comprenderse a sí mismos y a su entorno donde se han visto acompañados de otro ser semejante a él, conjugando capacidades diferentes, formas de ser y de pensar, ya no es solo hablar de un coeficiente intelectual apoyado por un desarrollo académico y antecedentes laborales, es la capacidad de tomar decisiones, de lograr el trabajo en equipo y fomentar el desarrollo de las personas para que trasciendan dentro de la organización a través de un liderazgo efectivo ocupando puestos de mayor responsabilidad y poder de decisión. La inteligencia emocional es motivo de estudio como una forma de fortalecimiento del liderazgo dentro de las organizaciones en virtud de que el individuo es quien toma decisiones influenciado por sus emociones. El objetivo de este trabajo es determinar el nivel de inteligencia emocional y su relación con el liderazgo en los estudiantes de posgrado de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. La investigación es descriptiva y correlacional, no experimental transversal con enfoque cuantitativo. La población está conformada por 653 estudiantes de maestría y 151 de doctorado. Se espera que los resultados den la pauta para generar una propuesta dirigida a la inclusión de esta temática en los programas de posgrado de la institución.

Palabras clave: líderes, toma de decisiones, emociones, maestría, doctorado.

Introducción

La capacidad competitiva de una organización está basada en el potencial tecnológico y humano con el que cuente, el desarrollo de competencias laborales permite liderazgos trascendentales desde los grupos individuales hasta los grupos de mayor nivel, el rol de la inteligencia emocional dentro del liderazgo busca desarrollar las capacidades del individuo para conocerse a sí mismo y desarrollar las habilidades que le permitan identificar las emociones de otros a través de sus habilidades cognitivas, alcanzar esta capacidad requiere de la motivación individual, inteligencia, expresiones adecuadas y todo un conjunto complejo de competencias que hacen del individuo un ser capaz de influir en el grupo (Ojeda y Hernández, 2012).

Las competencias del líder logran discriminar entre las circunstancias para determinar cuáles afrontar y de qué forma, apoyándose en su conocimiento, la experiencia derivada de la práctica de su profesión y la conciencia de sus propias emociones, dando significado a los estímulos y al lenguaje no verbal, es decir las reacciones emocionales corporales resultantes de las circunstancias (Simón, 1997; Bisquerra y Pérez, 2007).

Es por todo lo anterior relevante que en los contextos educativos se realicen investigaciones con la finalidad de mejorar la calidad en los programas de estudio la cual se reflejará en la labor profesional de los egresados. Existen estudios (Cejudo y López-Delgado, 2017; Extremera y Fernández, 2005; Extremera y Fernandez, 2003) que han analizado la inteligencia emocional de los estudiantes, en estos se resalta la importancia de realizar investigaciones sobre la inteligencia

emocional que apoyen el desarrollo del liderazgo con la finalidad de identificar perfiles competentes de líderes tomadores de decisiones, con excelencia laboral que sea percibida en los equipo de trabajo productivos, asertivos y empáticos, es decir capital humano con atributos de inteligencia emocional competentes.

Importancia del estudio

Los seres humanos están compuestos de emociones que influyen la toma de decisiones y los lleva a actuar de alguna u otra manera, es por tal la importancia del estudio de las emociones, ya que es donde convergen los sentimientos y son estos sentimientos que generan la motivación, es decir lo que lo mueve a actuar o hacer.

Por lo tanto, es importante estudiar y analizar la inteligencia emocional como una forma para fortalecer el liderazgo, ya que el individuo dentro de la organización, será quien genere información, la analice y tome decisiones con base en ella, manipulado por sus estados emocionales y hasta que pueda resolver un conflicto y es, ese mismo individuo el que puede provocar que se desate un problema a falta de liderazgo en la negociación.

Para ejercer un liderazgo se requiere perfiles académicos que permitan evaluar las capacidades intelectuales de los individuos, el estudio de maestría o doctorado requiere un compromiso, la determinación y la tenacidad para iniciar y para concluirlo satisfactoriamente, a este nivel los alumnos ya debieron desarrollar un liderazgo emocional que les permita desarrollar con éxito las actividades académicas a los que por voluntad propia han decidido.

Por lo anterior, el resultado de esta investigación será de gran utilidad para la institución objeto de estudio en virtud de que dará información fidedigna referente a la autopercepción de inteligencia emocional y a la posible relación que existe entre esta variable con el liderazgo que han desarrollado los estudiantes de posgrado de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, lo cual dará la pauta para establecer propuestas dirigidas hacia el desarrollo de la inteligencia emocional en esta población.

Objetivo general

Determinar la relación entre la inteligencia emocional y el liderazgo en los estudiantes de posgrado de la universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Objetivos específicos

- Identificar a las Divisiones Académicas de la UJAT en las que los estudiantes de posgrado se autoevalúan con mayor inteligencia emocional.
- Determinar la existencia de diferencias estadísticamente significativa en la inteligencia emocional entre los estudiantes de maestría y doctorado de la UJAT.
- Identificar si hay o no diferencias significativas en la inteligencia emocional entre los estudiantes de posgrado con relación al género, la edad y años que han laborado.

Preguntas de investigación

¿Cuál es el nivel de inteligencia emocional en los estudiantes de posgrado de UJAT?

¿Existe relación entre la inteligencia emocional y el liderazgo en los estudiantes de posgrado de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT)?

¿En cuáles Divisiones Académicas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, se encuentran los estudiantes de posgrado con mayor autoevaluación de inteligencia emocional?

¿Existen diferencias estadísticamente significativas en la inteligencia emocional entre los estudiantes de maestría y doctorado de la UJAT?

¿Existen o no diferencias significativas en la inteligencia emocional entre los estudiantes de posgrado con relación al género, la edad y años que han laborado?

Revisión de la literatura

Inteligencia emocional

El constructo de la Inteligencia Emocional se describe partiendo de la base de las habilidades de percepción, valoración, expresión e interacción de las emociones (Fernández-Berrocal, Extremera y Durán, 2003; Extremera y Fernandez, 2005; Trujillo y Rivas, 2005; García-Izquierdo, García-Izquierdo, y Ramos-Villagrasa, 2007; Zárata y Matviuk, 2012; Pino y Aguilar, 2013; De José, Danvila, Martínez-López, y Sastre, 2013; Hernández-Vargas y Dickinson-Bannack, 2014; Duque, Garcia, y Hurtado, 2017; Newman, Purse, Smith, y Broderick, 2017) y la expresan como:

- A) La habilidad para percibir, valorar y expresar emociones con exactitud.
- B) La habilidad para generar sentimientos que faciliten el pensamiento y seleccionar entre ellos.
- C) La habilidad para comprender emociones y el conocimiento emocional de uno mismo y el de los demás.

D) La habilidad para regular las emociones, propiciando un crecimiento emocional e intelectual.

De los anteriores comentarios salidos de la idea original de Mayer y Salovey, se define a la Inteligencias Emocional como:

“La capacidad de percibir y expresar emoción, asimilar emoción en el pensamiento, comprender y razonar con emoción y regular la emoción en uno mismo y en los demás” (Salovey, Mayer, Caruso, y Cherkasskiy, 1989, p. 528).

El concepto de inteligencia emocional sería el resultado de la conjugación de la emoción y la cognición (Salovey *et al.*, 1989; Extremera y Fernández-Berrocal, 2004).

La inteligencia emocional no se limita solo en la capacidad del autoconocimiento sino que amplía la capacidad para utilizar los conocimientos de las mismas para mejorar los procesos del pensamiento y el desarrollo de estrategias que generen competencias (Ruiz, Salazar y Caballo, 2012).

Teoría de las necesidades de Abraham Maslow

Una de las teorías más estudiadas dentro de la organización es la jerarquía de las necesidades de Maslow, dicha teoría influye en los aspectos básicos de la administración, así como del comportamiento organizacional, la jerarquía de las necesidades, la autorrealización, las necesidades del ser, siguen considerándose influyente y ha superado al tiempo (Acevedo, 2015).

De acuerdo a la teoría, las personas deben satisfacer las necesidades básicas o fisiológicas como son, comer, beber, sexo, entre otras, una vez satisfechas esas necesidades, el individuo podrá ascender al siguiente nivel de la jerarquía, es

decir, el individuo se libera de esa necesidad, permitiendo concentrarse y atender otras necesidades (Maslow, 1970).

El siguiente nivel de la jerarquía, es la seguridad, colocando a la estabilidad, el refugio, protección, la estabilidad laboral, se requiere de una estructura y un orden, así el individuo que está satisfecho de sus necesidades básicas, por ejemplo, ya no tiene hambre y por otro lado, ya no tiene miedo o se siente seguro en su ambiente (Maslow, 1970; Maslow, 1991).

Entre el tercer nivel, se encuentran las necesidades de afecto, el sentido de pertenencia, no solo en el plano familiar, sino entre grupos y nacerá la necesidad de relacionarse con otros y formar grupos, y esos grupos en las organizaciones son los que al interior son llamados grupos formales y fuera de ella se forman los denominados informales y de alguna manera sus necesidades y actuaciones al interior de la organización dan forma a la misma y les proporcionan estructura a los equipos de trabajo. La estima y la autoestima propicia sentimientos de valía y capacidad, es decir, de ser útil a nuestro entorno, al frustrarse estas, toman acciones en el desánimo y la inferioridad (Maslow, 1991).

La base de la jerarquía es característico de todo ser viviente, Maslow (1991) asegura que lo que nos diferencia a los seres humanos de los animales es la búsqueda de los peldaños más altos de la jerarquía y que constantemente nos movemos en ella, es decir, no nos estancamos en algunos de sus niveles, sino que conforme se va desarrollando nuestro ambiente vamos y venimos entre la jerarquía. La autorrealización permite al ser humano tender a alcanzar metas más altas, desde la perspectiva organizacional podemos decir que el nivel de autorrealización permite

el desarrollo del liderazgo, capaz de influir en otros, en nivel de aceptación, el centrarse en los problemas para resolverlos, la afinidad humana, la fomentación de las relaciones interpersonales, el sentido moral, la creatividad, los valores, son algunas de las características que van diferenciando a las personas autorrealizadas, y dan forma a la estructura del líder en las organizaciones, es decir la autorrealización descrita por Maslow en su teoría, son las algunas de las características en un líder ((Maslow, 1970; Robbins y Judge, 2009; Acevedo, 2015; Blanch, Gil, Antino, y Rodríguez-Muñoz, 2016).

Gardner y las inteligencias múltiples-Salovey y Mayer y la inteligencia emocional

¿Se podría negar la existencia de la teoría de la inteligencia emocional si no hubiera surgido derivada la de las inteligencias múltiples de Gardner? En primera instancia Gardner estableció siete tipos de inteligencias basado en métodos que el con acento consideró únicos, entre las que se encuentra la organización cerebral y la evolución, llegando a la conclusión que de que los seres humanos (Jiménez, 2016) “tiene inteligencias particulares en virtud de los contenidos de información que existen en el mundo”, tales como: la lógica-matemática, espacial, lingüística, musical, cinestésico- corporal, inteligencia interpersonal y la inteligencia intrapersonal (Gardner, 1994).

Según Gardner (1994) la inteligencia interpersonal, es la capacidad para diferenciar entre los individuos para identificar y contrastar los estados de ánimos,

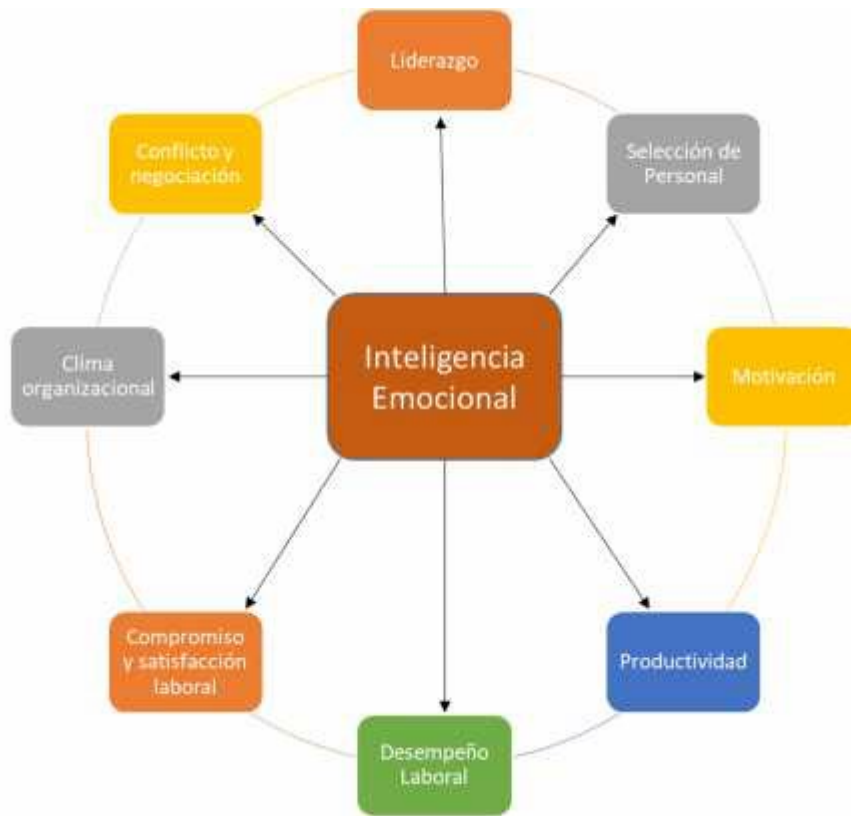
motivaciones e intereses y actuar con sustento. Por su parte, la inteligencia intrapersonal, se centra en la conciencia de nuestros sentimientos (Danvila y Sastre, 2010).

Salovey y Meyer, basados en la concepción de los términos anteriores destacan que derivado de las inteligencias interpersonal e intrapersonal, la existencia de la inteligencia emocional y desarrollan la teoría basándola en la capacidad de las personas por percibir, valorar y expresar emociones, regularlas de tal manera que faciliten el pensamiento y la comprensión en los demás para tal fin de promover el crecimiento emocional y el desarrollo del intelectual (Salovey et al., 1989; Trujillo y Rivas, 2005).

La inteligencia emocional y su influencia en la administración de la organización

La inteligencia emocional ha trascendido las fronteras de la psicología para aportar a las ciencias administrativas identificándose a través de una serie de constructos administrativos e influye en ciertos procesos de las organizaciones como son, la selección del personal, el liderazgo, la satisfacción laboral, la solución de conflictos entre otros, buscando la aportación al conocimiento y diagnóstico que contribuyan al capital humano y el desarrollo de su talento en todos los ámbitos de las organizaciones. Los comportamientos dentro de la organización pueden ser tan complejos como la propia estructura de la organización lo exija, generando dinámicas propias influenciadas por un cúmulo de factores que van desde el carácter de los mandos superiores y la forma en que influyen emocionalmente en sus equipos de trabajo para llevar a cabo una tarea (Aguilera, Contreras, y López, 2005).

Figura 1. *Influencia de la inteligencia emocional en la organización.*



Nota: Elaboración propia con base en (De Pelekais, Nava, y Tirado, 2006; Araujo y Leal, 2007; Del Val, 2011; Núñez, Salón, Romero, y Rosales, 2009; Martínez, 2013; Duque et al., 2017).

Los cambios obligan a las organizaciones a generar condiciones de desarrollo no solo de competencias laborales y condiciones que generen recursos para la organización, sino que permita generar satisfacción y logros personales (Vargas, 2017).

La inteligencia emocional proyecta el desarrollo del rendimiento profesional especialmente en puesto jerárquicos que buscan la productividad y donde las rela-

ciones personales influyen al alcance de los objetivos, haciendo de la autoconciencia, disciplina y empatía, las herramientas de las competencias humanas para alcanzar un liderazgo eficaz y lograr organizaciones inteligentes (Martínez, 2013).

Modelos e instrumentos aplicables a la percepción de la inteligencia emocional

Actualmente existen instrumentos de medición (Tabla 1) que apoyan la autopercepción de la inteligencia emocional (el ámbito de las emociones no existen respuestas al 100% correctas o incorrectas, ya que éstas, están influenciadas por los ambientes y contextos en el que se encuentre el individuo en ese momento) los cuales están estructurados mediante preguntas cortas en formato Likert, la valoración es subjetiva y se obtiene un índice de creencias y expectativas que a consideración del sujeto evaluado, percibe, discrimina y regula sus emociones y es capaz de comprender la de los demás; los resultado son apreciaciones subjetivas de las propias habilidades (Extremera y Fernández-Berrocal, 2004).

Tabla 1. *Modelos de instrumentos de medición aplicables a la inteligencia emocional.*

Modelo	Características
MSCEIS (Mayer, Salovey, Caruso, Emotional Intelligence Test) Modelo de Inteligencia Emocional de Mayer y Salovey.	Modelo compuesto por cuatro dimensiones con 141 ítems. a) Percepción de emociones b) Emociones que faciliten el pensamiento c) Comprensión emocional d) Manejo de emociones
El TMMS (Trait Meta-Mood Scale) desarrollado por Salovey y Mayer, para evaluar aspectos interpersonales y aspectos emocionales generales.	Consta de 48 ítems en su versión "larga", con tres subescalas: 21 ítems: Conocimiento de las Emociones, 15 ítems: claridad con respecto a las emociones, 12 ítems: regulación emocional, 12 ítems. Enfocada a estudiantes
El EQI de Bar-on (Emotional Quotient Inventory, 1997) modelo mixto. Implica múltiples habilidades que en su conjunto formarían el perfil socio-afectivo (Bar-on, 2011).	Lo forma 133 Items distribuidos en 5 dimensiones. <ul style="list-style-type: none"> • Inteligencia Interpersonal • Inteligencia Intrapersonal • Gestión del estrés. • Adaptación. • Estados de ánimos en general. Enfocado a las áreas administrativas (Trujillo y Rivas, 2008)
Genos IE (diseñado para su aplicación en el lugar de trabajo)	<ul style="list-style-type: none"> • Autoconciencia emocional • Expresión emocional • Conciencia emocional de los demás • Razonamiento emocional • Autogestión emocional • Manejo emocional de los demás • Autocontrol emocional

Nota: Elaboración propia, basada en Fernández-Berrocal, Extremera, y Ramos, 2004; Trujillo y Rivas, 2005; Sánchez, Fernández-Berrocal, Montañés, y Latorre, 2008; Palmer, Stough, Harmer, y Gignac, 2009.

En México, el trabajo de Del Pino y Aguilar (2013) forma parte de las investigaciones realizadas en este país con la finalidad de incorporar la Inteligencia Emocional dentro de los programas de educación a nivel universitario, argumentando que la adquisición de conocimientos académicos no basta para el desarrollo de una carrera profesional exitosa.

Metodología

Tipo y diseño de la investigación

En esta investigación se utilizará el enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental transversal y será de tipo descriptiva y correlacional. Las investigaciones no experimentales son “aquellas que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (Hernandez, et al. 2014, p.129; Salkind, 1999, p. 204). En los estudios transversales o transeccionales “la recolección de los datos será en un único momento” (Anderson, Sweeney y Williams, 2008, p.7; Hernández et al. 2014, p. 154). En este estudio la recolección de datos se hará en un solo periodo de tiempo y mediante la aplicación de un cuestionario a los alumnos de posgrado, en los salones en que habitualmente toman sus clases.

Las investigaciones descriptivas son aquellas que “buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o variables a las que se refieren, describen tendencias de un grupo o población” (Hernández et al. 2014, p. 92; Salkind, 1999, p. 210).

En esta investigación se utilizará la estadística descriptiva e inferencial para conocer la autoevaluación de la inteligencia emocional e identificar la existencia de diferencias significativas de esta variable entre los estudiantes de posgrado de la UJAT. Los datos se analizarán a través de la distribución de frecuencias, las medias y desviación estándar para conocer el resultado de la autoevaluación de la inteligencia emocional, el análisis de varianza ANOVA se utilizará para determinar la existencia de diferencias estadísticamente significativas en la inteligencia emocional entre los estudiantes de maestría y doctorado y para identificar diferencias significativas entre la inteligencia emocional y las variables sociodemográficas (género, edad y años laborados).

Las investigaciones correlacionales “tienen como finalidad conocer la relación o el grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto particular” (Hernández, et al. 2014, p.93).

Para fines de esta investigación se utilizará el análisis de correlación de Pearson para determinar la existencia de relaciones entre la inteligencia emocional y el liderazgo en los estudiantes de posgrado de la UJAT.

Instrumentos

Instrumento aplicado a la inteligencia emocional

Se utilizará como instrumento de investigación el inventario de inteligencia emocional Genos IE, diseñado inicialmente por Ben Palmer, de la Universidad de Swinburne específicamente para su aplicación en el lugar de trabajo, entre las bondades de este instrumento es que persigue ayudar al desarrollo del recurso humano

involucrados en la selección y desarrollo del personal, busca un rendimiento máximo, que representaría la capacidad máxima del individuo, por medio del rendimiento típico, asimismo busca representar el comportamiento que un individuo demuestra de manera regular en el trabajo y con los ambientes influyentes.

El Genos IE mide la frecuencia con que los trabajadores demuestran comportamiento relacionados con el concepto de inteligencia emocional dentro del lugar de trabajo. El Genos consta, en su versión concisa 31 ítems, en siete dimensiones, su escala es de tipo Likert, con opciones de respuesta de casi nunca, rara vez, algunas veces, frecuentemente, siempre.

Tabla 2. *Dimensiones del Genos IE.*

Nombre del factor	Descripción
1. Autoconciencia emocional	La habilidad de percibir y entender tus propias emociones
2. Expresión emocional	La habilidad de expresar efectivamente tus propias emociones
3. Conciencia emocional de los demás	La habilidad de percibir y entender las emociones de los demás.
4. Razonamiento emocional	La habilidad de usar información emocional en la toma de decisiones.
5. Autogestión emocional	La habilidad de manejar tus propias emociones.
6. Manejo emocional de los demás	La habilidad de influir positivamente en las emociones de otros
7. Autocontrol emocional	La habilidad de controlar efectivamente tus propias emociones

Nota: basada en Palmer, Gignac, Ekermans, y Stough, 2007; Gignac, 2010; Palmer, Harmer, y Gignac, 2014; Cordero y Duque, 2017.

Instrumento aplicado al liderazgo

Para el estudio del tipo de liderazgo se utilizará el modelo de liderazgo transformacional y transaccional de Bass y Avolio, en la versión adaptada por Mendoza *et al.*, (2014), quienes realizaron dicha adaptación en el trabajo de investigación en

líderes mexicanos, el instrumento consta de 52 ítems, con 3 dimensiones que estudian el liderazgo transformacional, el transaccional y la ausencia de liderazgo, para esta investigación se utilizarán solo 36 de ellos, eliminando así las variables de resultado, ya que el estudio solo se enfoca a los tipos de liderazgo (Hallaq, 2015; Cordero y Duque, 2017). Para la confiabilidad del instrumento se aplicará el coeficiente Alpha de Cronbach.

El instrumento de Bass y Avolio, cuenta con dos versiones, una aplicable para el líder y otra para sus seguidores, el cual identifica las características de los líderes que se relacionan con la supervisión y los que optan por la motivación como la mejor herramienta para alcanzar los objetivos (Rozo y Abaunza, 2010; Juárez *et al.*, 2013; Mendoza *et al.*, 2014; Hermosilla *et al.*, 2016) comprende las siguientes dimensiones:

Tabla 3. *Dimensiones de los tipos de liderazgo*

Tipo de liderazgo	Dimensiones	Características
Transformacional	<ul style="list-style-type: none"> • Influencia idealizada (carisma) • Inspiración motivacional • Atención a las diferencias individuales • Estimulación intelectual 	Muestra la capacidad del líder para motivar y generar confianza en el grupo de trabajo, dándole un significado a los logros, de igual manera presta atención a las necesidades de cada uno de sus miembros y estimula la creatividad y visión de futuro.
Transaccional	<ul style="list-style-type: none"> • Recompensa contingente • Administración por excepción activa 	Se distingue por la capacidad de negociación del líder con el grupo de trabajo, buscando la cooperación mediante la recompensa al logro del rendimiento, es decir proporciona recompensas de acuerdo a los resultados.
Liderazgo pasivo/ Ausencia de liderazgo	<ul style="list-style-type: none"> • Administración por excepción pasiva • Laissez –Faire 	Se caracterizan por el no involucramiento, su intervención tiende a ser nula o hasta que los problemas llegan a un límite, así como evitan tomar decisiones para no verse implicados en responsabilidades en asuntos importantes.

Nota: Elaboración propia basado en Rozo y Abaunza, 2010; Hermosilla *et al.*, 2016;

Cordero y Duque, 2017.

Procedimiento de recolección de los datos.

Los datos serán recolectados a través de los instrumentos mencionados para medir la inteligencia emocional y liderazgo, se solicitará a los estudiantes contestar el cuestionario de manera anónima en los salones de clases, dándose indicaciones verbales al momento de su aplicación.

Población y muestra

La población de estudio son los alumnos de posgrado inscritos en las Divisiones Académicas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, la cual está conformada por una población total de 804 alumnos, incluye 653 alumnos de maestría distribuidos en 10 Divisiones Académicas y 151 alumnos de doctorado distribuidos en 7 de las 12 Divisiones Académicas que conforman la UJAT localizadas físicamente en diversos municipios del Estado de Tabasco.

Análisis y propuesta que se pretenden alcanzar

En esta investigación se analizarán las habilidades de inteligencia emocional en los estudiantes de posgrado de la UJAT como una herramienta de las competencias del liderazgo a través de la autoevaluación de la inteligencia emocional. Se esperan alcanzar resultados que permitan generar una propuesta con miras a considerar la inclusión de la temática de inteligencia emocional como parte de las competencias del liderazgo en los programas de posgrados de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Referencias

- Acevedo, A. (2015). A personalistic appraisal of Maslow's needs theory of motivation: from "Humanistic" Psychology to integral humanism. *Journal of Business Ethics*, 1–23. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2970-0>
- Aguilera, A., Contreras, J. C., y López, A. (2005). Un meta-modelo de comportamiento organizacional bajo elementos de inteligencia emocional en sistemas multiagente. Recuperado de <http://www.adingor.es/congresos/web/articulo/detalle/a/1388>
- Anderson, D., Sweeney, D., y Williams, T. (2008). *Estadística para administración y economía*. (C. Learning, Ed.).
- Araujo, M., y Leal, M. (2007). Inteligencia emocional y desempeño laboral en las instituciones de educación superior públicas. *Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 4(2), 132–147.
- Bar-on, R. (2011). BarOn Emotional Quotient Inventory Resource Report Name : *Victoria*, 2011(02).
- Bisquerra, R., y Pérez, N. (2007). Las competencias emocionales. *Educación XX1*, 10(0), 61–82. <https://doi.org/10.5944/educxx1.1.10.297>
- Blanch, J., Gil, F., Antino, M., y Rodríguez-Muñoz, A. (2016). Modelos de liderazgo positivo: marco teórico y líneas de investigación. *Papeles Del Psicólogo*, 37(3), 170–176. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/778/77847916003/>
- Cejudo, J., y López-delgado, M. L. (2017). Importancia de la inteligencia emocional en la práctica docente: un estudio con maestros. *Psicología Educativa*, 23(1), 29–36. <https://doi.org/10.1016/j.pse.2016.11.001>

- Cordero, C., y Duque, O. (2017). La incidencia de la inteligencia emocional en el liderazgo: Caso líderes de venta multinivel Yambal Ecuador. *Universidad Espiritu Santo Facultad*, 1–18. Recuperado de http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/1610/1/CORDERO_TINOCO_CECILIA_CUMAND_MDTH-P-2015-2017-000.pdf
- Danvila, I., y Sastre, M. (2010). Inteligencia emocional : una revisión del concepto y líneas de investigación. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 20, 107–126.
- De José, M., Danvila, I., Martínez-López, F., y Sastre, M. A. (2013). Jerarquización de competencias emocionales a través del modelo de la pirámide invertida. *Revista Venezolana de Gerencia*, 18(61), 43–61.
- De Pelekais, C., Nava, A., y Tirado, L. (2006). Inteligencia emocional y su influencia en el clima organizacional en los niveles gerenciales medios de las PYMES. *Telos*, 8(2), 266–288. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99318557008%5CnCmo>
- Del Pino, R., y Aguilar, M. de los A. (2013). La inteligencia emocional como una herramienta de la gestión educativa para el liderazgo estudiantil. *Cuadernos de Administración, Universidad Del Valle*, 29(50), 132–141.
- Del Val, C. (2011). Inteligencia emocional y productividad : el caso del funcionariado español. *Espacios Públicos*, 14(30), 39–53. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67618934004>
- Duque, J. L., Garcia, M., y Hurtado, A. (2017). Influencia de la inteligencia emocional sobre las competencias laborales: un estudio empírico con empleados del nivel administrativo. *Estudios Gerenciales* (2017), 11.

<https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.06.005>

Extremera, N., y Fernández-Berrocal, P. (2004). El uso de las medidas de habilidad en el ámbito de la inteligencia emocional. *Boletín de Psicología*, 80(80), 59–77.

Extremera, N., y Fernandez, P. (2003). La inteligencia emocional en el contexto educativo: hallazgos científicos de sus efectos en el aula. *Revista de Educacion*, 332, 97–116.

Extremera, N., y Fernández, P. (2005). La Inteligencia Emocional y la educación de las emociones. *Revista Interuniversitaria de Formacion Del Profesorado*, 19(3), 63–93. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27411927005%0ACómo>

Fernández-Berrocal, P., Extremera, N., y Durán, A. (2003). Inteligencia emocional y burnout en profesores. *Encuentros En Psicología Social*, (September 2017), 260–265.

Fernández-Berrocal, P., Extremera, N., y Ramos, N. (2004). Tmms-24. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 36(2), 209–228. <https://doi.org/10.1157/13061586>

García-Izquierdo, A., García-Izquierdo, M., y Ramos-Villagrasa, P. J. (2007). Aportaciones de la inteligencia emocional y la autoeficacia: Aplicaciones para la selección de personal. *Anales de Psicología*, 23(2), 231–239. Recuperado de <http://digitum.um.es/jspui/handle/10201/8133>

Gardner, H. (1994). *Estructuras de la mente. La Teoría de Las Inteligencias Múltiples. Estructuras de la Mente. La Teoría de Las Inteligencias Múltiples*. Retrieved from http://educreate.iacat.com/Maestros/Howard_Gardner_-

_Estructuras_de_la_mente.pdf

Gignac, G. E. (2010). Genos Emotional Intelligence Inventory: Technical Manual. *Leadership*, 1–147.

Hallaq, A. (2015). *Examining the relationship between emotional intelligence and transformational leadership styles of leaders in the federal government*.

Hermosilla, D., Amutio, A., da Costa, S., y Páez, D. (2016). El Liderazgo transformacional en las organizaciones: variables mediadoras y consecuencias a largo plazo. *Revista de Psicología Del Trabajo y de Las Organizaciones*, 32(3), 135–143. <https://doi.org/10.1016/j.rpto.2016.06.003>

Hernández-Vargas, C., y Dickinson-Bannack, M. E. (2014). Importancia de la inteligencia emocional en Medicina. *Investigación En Educación Médica*, 3(11), 155–160. [https://doi.org/10.1016/S2007-5057\(14\)72742-5](https://doi.org/10.1016/S2007-5057(14)72742-5)

Hernandez, R., Fernández, C., y Baptista, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6a edición). McGraw Hill.

Juárez, F., Contreras, F., y Barbosan, D. (2013). Propiedades psicométricas del test de adjetivos de Pitcher para la evaluación del liderazgo. *International Journal of Psychological Research*, 6(2), 24–36. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=299029768004%0ACómo>

Martínez, A. (2013). La inteligencia emocional: una herramienta necesaria para el liderazgo. Concepto y componentes. *Revista de Investigaciones UNAD*, 10(2).

Maslow, A. H. (1970). What a man can be, he must be. *Gurus On Management People*, 25–35.

Mendoza, I., Uribe, J., y García, B. (2014). Liderazgo y su relación con variables de

- resultado: un modelo estructural comparativo entre liderazgo transformacional y transaccional en una empresa de entretenimiento en México. *Acta de Investigación Psicológica*, 4(1), 1412–1429. [https://doi.org/10.1016/S2007-4719\(14\)70384-9](https://doi.org/10.1016/S2007-4719(14)70384-9)
- Newman, M., Purse, J., Smith, K., y Broderick, J. (2017). Assessing Emotional Intelligence in Leaders and Organisations: Reliability and Validity of the Emotional Capital Report (ECR). *Australasian Journal of Organisational Psychology*, 8, 1–15. <https://doi.org/10.1017/orp.2015.5>
- Núñez, M., Salón, J., Romero, G., y Rosales, V. (2009). Inteligencia emocional e intuición como plataforma en el manejo del conflicto y negociación. *Multiciencias*, 9(3), 259–266.
- Ojeda, A., y Hernández, J. C. (2012). Las competencias laborales: una construcción recíproca entre lo individual y lo grupal. *Enseñanza E Investigación En Psicología*, 17(1), 171–187. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29223246011>
- Palmer, B. R., Gignac, G., Ekermans, G., y Stough, C. (2007). A comprehensive Framework for EI. *Proofs*, 17–38.
- Palmer, B. R. S., Harmer, C., y Gignac, G. E. (2014). Emotional Intelligence Inventory – Concise.
- Palmer, B. R., Stough, C., Harmer, R., y Gignac, G. (2009). The Genos emotional intelligence inventory: a measure designed specifically for workplace applications, 103–117. <https://doi.org/10.1007/978-0-387-88370-0>
- Robbins, S., y Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. (P. Educacion, Ed.),

Development (Decimoterc).

Rozo, S., y Abaunza, M. (2010). Liderazgo transaccional y transformacional.

Avances En Enfermería, XXVIII(2), 62–72.

Ruiz, E., Salazar, I., y Caballo, V. (2012). Inteligencia emocional regulacion y estilos/trastornos de la personalidad. *Psicología Conductual*, 20(2), 281–304.

Salovey, P., Mayer, J., Caruso, D., y Cherkasskiy, L. (1989). Emotional Intelligence.

In *Imagination, Cognition and Personality* (Vol. 9, pp. 528–549).

[https://doi.org/10.1016/S0962-1849\(05\)80058-7](https://doi.org/10.1016/S0962-1849(05)80058-7)

Sánchez, M., Fernández-Berrocal, P., Montañés, J., y Latorre, J. (2008). ¿Es la inteligencia emocional una cuestión de género? Socialización de las competen

cias emocionales en hombres y mujeres y sus implicaciones.

Investigacionpsicopedagogicaorg, 6(2), 455–474. Recuperado de

<http://www.investigacion->

[psicopedagogica.org/revista/articulos/15/espanol/Art_15_253.pdf](http://www.investigacion-psicopedagogica.org/revista/articulos/15/espanol/Art_15_253.pdf)

Simón, V. (1997). La participación emocional en la toma de decisiones. *Psicothema*,

9(2), 365–376. Recuperado de

<http://www.unioviado.net/reunido/index.php/PST/article/view/7414>

Trujillo, M. M., y Rivas, L. A. (2008). Emotional intelligence model for Directors of Research centers in Mexico. *Estudios Gerencias*, 24(106), 13–30.

Trujillo, M., y Rivas, L. A. (2005). Origen, evolución y modelos de inteligencia emocional. *INNOVAR*, (1), 9–24.

Vargas, J. G. (2017). Las reglas cambiantes de la competitividad global en el nuevo milenio: las competencias en el nuevo paradigma de la globalización. *Red*

Internacional de Investigadores En Competitividad, 4(1), 2100–2119.

Recuperado de <http://riico.net/index.php/riico/issue/view/14>

Zárate, R. A., y Matviuk, S. (2012). Inteligencia Emocional y prácticas de liderazgo en las organizaciones colombianas. *Cuadernos de Administración, Universidad Del Valle*, 28(47), 91–104.

Aspectos que afectan la planeación de prácticas ambientales de productos orgánicos, desde la perspectiva de la educación ambiental en comunidades de la delegación Xochimilco

Modalidad: Protocolo de Investigación

**María Luisa Flores Ramírez
Rosalía Méndez Ramírez
Karina Anaya Delgado**

**Instituto Politécnico Nacional,
Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Tepepan
Periférico Sur No. 4863 Col. Ampliación Tepepan, C.P 16020, México, D.F**

Aspectos que afectan la planeación de prácticas ambientales de productos orgánicos, desde la perspectiva de la educación ambiental en comunidades de la delegación Xochimilco

Resumen

En diversos círculos científicos se ha concluido que la agricultura moderna enfrenta una crisis ambiental, problemática, que por múltiples condiciones sociales, políticas, económicas, culturales y demás, la solución es difícil en todos los niveles, siendo más factible a nivel individual, donde se inicia el cambio a partir de la práctica cotidiana. La aplicación de los principios agroecológicos como el uso de fauna, flora y especies microbiológicas, enfocar la producción para el autoconsumo y su participación en los mercados locales, así como el manejo de las coberturas, abonos orgánicos y el mínimo uso de insumos externos, a través de la educación ambiental permitirán identificar valores y nuevas actitudes que contribuyan al cuidado de los recursos naturales. El propósito de esta investigación, es conocer a través de la aplicación de encuestas, entrevistas y una revisión documental de fuentes primarias y secundarias, qué aspectos afectan la planeación de prácticas ambientales de productos orgánicos, desde la perspectiva de la educación ambiental en comunidades de la delegación Xochimilco.

Palabras clave

Educación ambiental, producción agroecológica, productos orgánicos.

Contexto actual

La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), dentro de sus acciones y programas, tiene por objetivo apoyar a pequeños productores(as) con servicios de extensión, innovación y capacitación para incrementar la producción de alimentos y fortalecer el desarrollo comunitario en las zonas rurales, asimismo incrementar la productividad de pequeños(as) productores de maíz y frijol mediante apoyos económicos para paquetes tecnológicos de calidad. (SAGARPA, 2017).

Siguiendo a Cruz (2018) en su enfoque, señala que en “ México se cultiva aproximadamente” 85% de las hectáreas (h) arables; 28.0% cuenta con un sistema de riego y el 72% es temporal... También en el Plan Nacional de Desarrollo (PND 2013-2018), dice que se requiere capitalizar al campo, pues le hace falta inversión en equipamiento; define el campo como un sector estratégico por su potencial de producción, reducción de la pobreza e impulso del desarrollo regional, hace falta inversión en equipamiento e infraestructura para la productividad, pero solo el 6% de las unidades de producción agropecuaria tiene acceso al crédito institucional.

Ahora bien, en la Ciudad de México, se cuenta con una superficie cultivada de aproximadamente cinco mil hectáreas con más de 1 200 productores de maíz del tipo elotero, maíz criollo para grano y maíz forrajero en menor proporción. Su proceso de producción involucra alrededor de veintiún jornales por hectárea, haciéndolo un cultivo de baja rentabilidad para el productor. Sin embargo, es un cultivo que no se

dejará puesto que está muy relacionado con la cultura y tradición de los pueblos rurales de la Ciudad de México. Si bien es cierto que la SAGARPA a través de sus programas impulsa el apoyo a pequeños productores, también es relevante fomentar un manejo agroecológico del cultivo por medio de la difusión del Componente de Extensión e Innovación Productiva (CEIP) con la visión de que en un futuro este cultivo se reconvierta de lo convencional a agricultura de conservación, disminuyendo costos de producción, además de fomentar la selección y mejoramiento de semillas nativas para mejorar en lo posible, rendimientos y calidad de la cosecha producida.

Los productos orgánicos en México

Son aquellos que fueron producidos siguiendo la modalidad de la agricultura orgánica. Existen muchas explicaciones y definiciones al respecto, todas coinciden en que se trata de un método que consiste en la gestión del ecosistema en vez de en la utilización de insumos agrícolas. Un sistema que comienza por tomar en cuenta las posibles repercusiones ambientales y sociales, eliminando la utilización de insumos, como fertilizantes y plaguicidas sintéticos, medicamentos veterinarios, semillas y especies modificadas genéticamente, conservadores, aditivos e irradiación. En vez de todo esto se llevan a cabo prácticas de gestión específicas para el sitio de que se trate, que mantienen e incrementan la fertilidad del suelo a largo plazo y evitan la propagación de plagas y enfermedades.

"La agricultura orgánica es un sistema global de gestión de la producción que fomenta y realza la salud de los agro ecosistemas, inclusive la diversidad biológica, los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo". (FAO, 2018)

Cierto es que la agricultura moderna convencional ha logrado avances significativos en la producción de alimentos, sin embargo, es criticable y cuestionable, los impactos negativos en el ambiente y en la salud del consumidor, siendo relevante la cantidad sobre la calidad del producto en el aspecto de valor nutrimental y salubridad.

La evolución del consumo de productos orgánicos está relacionada con la búsqueda de productos sanos, nutritivos, que no estén contaminados con agroquímicos como lo son insecticidas, fungicidas, bactericidas, plaguicidas, fertilizantes, entre otros productos artificiales; y que además sean producidos de una manera amigable con el medio ambiente y los recursos naturales del planeta.

Cruz (2108) afirma que "Actualmente el mercado orgánico de México tiene un desarrollo muy dinámico, ya que a partir de 1996 las tierras dedicadas a la producción orgánica han aumentado en aproximadamente 30%."

El país es el tercero con más productores orgánicos en el mundo, con casi 29 mil campesinos que cultivan 530 mil hectáreas, y si bien corresponde a casi 3% de la superficie cultivada del país, apenas representa 10% del PIB agrícola. Internamente, el mercado de los productos orgánicos es todavía reducido, ya que 85% de la producción se exporta.

La demanda de los productos orgánicos está ligada a los hábitos de consumo y posibilidades de acceso de los consumidores a los productos. Los precios de los productos orgánicos varían entre 20 y 40% por encima de los precios de productos similares convencionales, recibiendo el productor primario entre 10 y 50% más por su producción. (De Gortari, Rabiela, 2018)

La agricultura orgánica en México cubre casi 400,000 has. y está en franca expansión; la tasa media de crecimiento de esta actividad es del 20% anual en promedio en los últimos 10 años. Entre el 85 y 90% de la producción orgánica nacional es de exportación. Los ingresos en divisas por las exportaciones de productos orgánicos son de alrededor de 400 millones de dólares promedio anual. (CNPO, 2016)

Problemática

La producción rural en la Ciudad de México ha quedado limitada a una superficie no mayor a 34 000 hectáreas, concentradas en superficies bien delimitadas en al menos siete delegaciones del poniente, sur y oriente de la ciudad.

La característica principal es que son pequeñas superficies de temporal y la posibilidad de hacerlas rentables radica en cosechar y optimizar el agua de lluvia para riego, conservar y mejorar los suelos de uso agrícola, diversificar sus cultivos aplicando tecnologías y sistemas de producción sustentables que incrementen la productividad primaria, apoyar los procesos de transformación y la certificación orgánica participativa para agregar valor a la producción, por otra parte, el cambio climático ha provocado incrementos en las temperaturas, lluvias y sequías atípicas,

huracanes y otros fenómenos meteorológicos, factores que afectan la agricultura e influyen directamente en los rendimientos y en el incremento del riesgo de siniestros, especialmente en zonas de temporal, que en la ciudad de México, representan el 87% del suelo de uso agropecuario.

Por las características territoriales de la zona rural de la ciudad, se ha observado que predominan los denominados traspatios, con una gran diversidad de técnicas y conocimientos tradicionales de producción doméstica de alimentos, encontrándose principalmente los llamados huertos familiares, las granjas domésticas, entre otros, espacios que son relevante rescatar.

Objetivo

Promover la educación ambiental mediante la innovación en los procesos de producción para desarrollar las capacidades de los productores agropecuarios, mediante servicios de capacitación y asistencia técnica directa que permitan el incremento de la producción y sus ingresos para generar una mejor calidad de vida.

Marco teórico.

Como lo señala Sauvé (2018) cuando se aborda el campo de la educación ambiental, uno se puede dar cuenta que a pesar de su preocupación común por el medio ambiente y el reconocimiento del papel central de la educación para el mejoramiento de la relación con este último, los diferentes autores (investigadores, profesores,

pedagogos, animadores, asociaciones, organismos, etc.) adoptan distintos discursos sobre la EA y proponen diversas maneras de concebir y de practicar la acción educativa en este campo (www.ecominga.uqam.ca, 2018)

La educación ambiental para el consumo sustentable se preocupa sobre todo de proporcionar la información sobre los productos (los modos de producción, los posibles impactos ambientales, los costos de publicidad, etc.) y de desarrollar en los consumidores capacidades de elección entre diferentes opciones (...) La educación de los consumidores confronta directamente los intereses corporativos de grandes productores y distribuidores, que en muchos casos han actuado con impunidad.

En respuesta al principio fundamental del desarrollo sostenible, la educación para el consumo sostenible o sustentable llega a ser una estrategia importante para transformar los modos de producción y de consumo, procesos de base de la economía de las sociedades.

(Castillo y González, 2018) refieren que la educación ambiental sigue enfrentando grandes retos y debe mantener grandes esperanzas para impulsar los cambios necesarios para que a la vez que se satisfagan con equidad y dignidad las necesidades de las sociedades humanas, se logre mantener los procesos ecológicos que son la base misma del sustento humano; es así que la propuesta de Edgar González-Gaudiano, ofrece un ejemplo de visión integrada de preocupaciones económicas, sociales y ambientales en una perspectiva de sustentabilidad.

En el cultivo de maíz destacan dos tipos de contrastes para su producción, el primero concierne a la agricultura convencional o comercial y el segundo a la agricultura campesina. Diversas investigaciones referentes a este tema argumentan que el manejo agroecológico del maíz, resulta mejor que la producción convencional.

(Huato, 2010) Estudió el impacto que tienen estas dos formas de manejo en la productividad del maíz entre productores del estado de Tlaxcala, obteniendo como resultado que 20.8% de los entrevistados emplearon tecnologías campesinas en el manejo del maíz, siendo más eficientes que las de los productores que usaron las “tecnologías modernas”, dejando claro que en la agricultura tradicional, mejoran la productividad de los escasos recursos empleados por los maiceros. Además, estos productores prestan beneficios ambientales a la humanidad.

En la actualidad, el manejo agroecológico se ha enfocado principalmente al manejo de plagas y enfermedades, debido al uso indiscriminado de agroquímicos que se utilizan para el combate de estos problemas y a que la tendencia a nivel mundial es la de producir alimentos cada vez más sanos y libres de pesticidas.

Como lo expresa (Brechelt, 2004) en su artículo “El Manejo Ecológico de Plagas y Enfermedades”, la agricultura moderna con la implementación de monocultivos a gran escala ha provocado varios problemas, en cuanto a enfermedades y plagas resistentes y especializadas en las plantas cultivadas. La utilización de plaguicidas de origen químico de manera excesiva y sin previa asistencia técnica, en vez de resolver el problema, ha producido fuertes daños a la productividad de la agricultura, al ser humano y a la naturaleza.

El aumento de la producción agrícola y especialmente la producción en monocultivos ha creado un aumento extraordinario de insectos-plagas y enfermedades especializados en exactamente este cultivo. En la naturaleza no existen plagas. Se habla de plaga cuando un animal, una planta o un microorganismo, aumenta su densidad hasta niveles anormales y afecta directa o indirectamente a la especie humana, ya sea porque perjudique su salud, su comodidad, dañe las construcciones o los predios agrícolas, forestales o ganaderos, de los que el ser humano obtiene alimentos, forrajes, textiles, madera, etc. Es decir, ningún organismo es plaga; el concepto de plaga es artificial. Un animal se convierte en plaga cuando aumenta su densidad de tal manera que causa una pérdida económica al ser humano.

En los sistemas agroecológicos, los métodos de protección vegetal básicamente son preventivos, influyen de manera negativa las condiciones ambientales para las plagas y de manera positiva las de los insectos benéficos.

Los sistemas ecológicos son asociaciones entre plantas, animales, microorganismos y los componentes abióticos. Cada ser viviente tiene su hábito y su convivencia con otros seres vivientes. Esta relación se ha desarrollado durante un largo proceso de adaptación y selección.

Las regiones dedicadas a la agricultura deben ser tratadas como sistemas ecológicos, esto significa, adaptarlas a las condiciones locales y tomar en cuenta las leyes ecológicas para el desarrollo agropecuario.

La protección vegetal es muy compleja, influyen tanto las condiciones agroecológicas como económicas y socioculturales. Se necesita un equilibrio entre las diferentes medidas para poder mantener el sistema lo más cerca posible a lo natural y los niveles de insectos, enfermedades y otros agentes lo más lejos posible del umbral económico.

El manejo del maíz desde la perspectiva de la agricultura sustentable

Uno de los mecanismos para el desarrollo sustentable en México, es el marcado por la Ley Federal de Responsabilidad Ambiental, que tiene como objetivo la protección, preservación y restauración del ambiente; guardar el equilibrio ecológico para garantizar los derechos humanos a un medio ambiente sano para el desarrollo y bienestar para toda persona.

La agricultura sustentable se define como el conjunto de actividades agrícolas y sus interacciones con el ambiente y la sociedad; reconoce las necesidades futuras para mejorar la producción, preservar la calidad del ambiente, la capacidad productiva del suelo y el cuidado del agua.

Principios:

- Renovar la capacidad de los ecosistemas agrícolas
- Reconocer el deterioro de la capacidad productiva de las tierras de cultivo

- Controlar de manera racional las plagas, enfermedades, malezas, así como suministrar de manera adecuada los nutrimentos para complementar la capacidad natural de abastecimiento del suelo y de las plantas (Cruz, 2018)

¿Qué afecta la planeación de prácticas ambientales de productos orgánicos?

Son diversas las investigaciones que hay al respecto y el tema es polémico, para efecto de este trabajo, se considera en primer lugar, reconocer la importancia de tener claro el significado de la Educación ambiental y en segundo término, es conveniente la claridad sobre el significado de desarrollo sustentable y sustentabilidad.

Desde este enfoque se pretende identificar como estos dos aspectos, afectan la planeación de prácticas ambientales de productos orgánicos, en este contexto, como lo expresa (Simón Domínguez, 2016) El término fue definido como “La satisfacción de las necesidades humanas del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. Es así, que a partir de una perspectiva ambiental, el desarrollo sustentable tiene que resolver los problemas generales: por un lado, el abastecimiento de materias primas que provienen de la naturaleza, el cual aumenta en proporción directa al crecimiento de la productividad; por otro, la generación de desechos.

En este sentido, la sustentabilidad entendida como un estado se dará cuando la tasa de expulsión de materia y energía sea menor que la capacidad de la naturaleza de asimilar tales desechos sin provocar alteraciones en su situación de equilibrio.

Enfoques del desarrollo sustentable

- Económico. Máximo flujo de ingresos
- Ecológico. Estabilidad de los sistemas físicos y biológicos
- Socio-cultural. Estabilidad de sistemas sociales y culturales, reducción de conflictos destructivos
- Socio-económico-ecológico. Estabilidad de los sistemas ecológicos en relación de uso por los sistemas sociales, donde el capital natural es básico para el sostenimiento del sistema económico. Participación social en la toma de decisiones

Ahora bien, el otro aspecto relevante, es la importancia que tiene el significado de la educación ambiental, en este sentido y en respuesta al principio fundamental del desarrollo sostenible, la educación para un consumo sostenible o sustentable llega a ser una estrategia importante para transformar los modos de producción y de consumo, procesos de base de la economía de las sociedades.

La Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT, 2006) define la Educación Ambiental (EA) como “El proceso que le permite al individuo comprender las relaciones de interdependencia con su entorno, a partir del conocimiento reflexivo y crítico de su realidad biofísica, social, política, económica y cultural.”

Este proceso debe generar en el educando y en su comunidad actitudes de valoración y respeto por el ambiente, de esta manera, propicia un mejoramiento de la

calidad de vida, en una concepción de desarrollo humano que satisfaga las necesidades de las generaciones presentes, asegurando el bienestar de las generaciones futuras.

Siguiendo a Reyes (2006), citado por (Franco , Eastmond y Viga de Alva, 2009), la EA es un “Proceso formativo permanente que desde una perspectiva ética, política y pedagógica proporciona elementos técnicos y prácticos para modificar actitudes, elevar la comprensión y enriquecer el comportamiento de la población en sus relaciones socioculturales con el medio ambiente, para construir sociedades sustentables que respondan con equidad social a las particularidades culturales y ecológicas de una comunidad.

Por su parte, el Plan Nacional de Desarrollo (PND), considera en sus proyectos poner en marcha estrategias sobre educación ambiental, buscando un mejoramiento y como objetivo general “Impulsar y orientar un crecimiento verde incluyente y facilitador que preserve nuestro patrimonio natural al mismo tiempo que genere riqueza, competitividad y empleo.” PNUD (2014).

Por lo anteriormente expuesto, se puede observar que la planeación de prácticas ambientales de productos orgánicos, requiere de entender desde la comprensión de los términos sustentabilidad y sostenibilidad, así como de la educación ambiental, asimismo, es importante el señalamiento de la UNESCO, citado por Leff (2002), “La educación y formación ambientales fueron concebidos como un proceso de construcción de un saber interdisciplinario y de nuevos métodos holísticos para analizar los complejos procesos socio ambientales que emergen del cambio global” (Díaz Coutiño, 2015).

Metodología.

El tipo de investigación, corresponde a un estudio de tipo descriptivo y de observación. El plan que se vislumbra, es llevar a cabo un análisis exploratorio, por aplicación de encuestas, para conocer la manera en la que realizan las actividades relacionadas con la producción de maíz, además de capacitaciones y aplicaciones prácticas agroecológicas para la conversión de lo convencional al manejo agroecológico. Para la recolección de datos se pretende utilizar el instrumento “Bitácora anual de seguimiento Hub Maíz de Valles Altos” elaborada por el Centro de Investigación para el Mejoramiento de Maíz y Trigo (CIMMYT).

La colección de datos se hará por medio de la bitácora, obteniéndose la descripción general de la parcela como ubicación, localización geográfica, tipo de suelo, de relieve, pendiente y datos de cosecha anterior.

Para la evaluación de la cosecha, se considera como antecedente el ciclo productivo 2014, características de la siembra, fertilización, control de malezas, control de plagas y enfermedades y cosecha.

La metodología comprende “Escuelas de campo” con el objetivo de fortalecer las capacidades de mujeres y hombres de la comunidad, beneficiarios del Componente de Extensión e Innovación Productiva del Distrito Federal.

La toma de decisiones, en sus unidades de producción, con la recuperación de los saberes populares y fusionados con la capacitación técnica y un programa de trabajo en el que se proponen principalmente prácticas basadas en el uso de fauna,

flora y especies microbiológicas, el manejo de coberturas y abonos orgánicos y el mínimo uso de insumos externos.

Resultados esperados

En esta investigación, se quiere observar la producción de maíz en la comunidad de San Miguel Xicalco, Delegación Tlalpan, su proceso de producción. La población de estudio que se espera es una muestra de 35 unidades de producción.

De acuerdo con cinco unidades productivas denominadas “escuelas de campo”, seleccionadas con los criterios de que pertenecieran a productores destacados por ser innovadores, generosos para compartir el conocimiento, así como su dedicación y pasión por su actividad, o bien que la unidad de producción tuviera una localización visible y accesible.

Teniendo como antecedente el ciclo productivo 2014, en estas parcelas se realizaron actividades demostrativas para que los demás productores pudieran duplicarlas.

Para efecto de este trabajo, de los productores que participaron y los resultados obtenidos únicamente se presentan un fragmento de los datos obtenidos.

En la escuela de campo del señor Fidel Contreras, sólo se obtuvieron \$800 pesos de ingresos porque no se aplicó todo el litro de inóculo de huitlacoche, sin embargo se innovó aplicando el producto con una técnica diferente que arrojó 100% de efectividad en la aplicación del inóculo. Ver Tabla 1

Cabe señalar, que otros indicadores son: daños por plaga de gusano elotero/ha/ciclo, cárcavas ocasionadas por escorrentía de agua en el terreno disminuidas/ha; asimismo en la adopción de la metodología se consideró la incidencia de gusanos en hortalizas y la incidencia de enfermedades foliares en maíz.

En la tabla 1, se pueden observar, el resultado esperado, las metas e innovación realizada y las observaciones correspondientes.

Tabla 1

Escuela de campo para la planeación agroecológica en la producción de maíz en la comunidad de San Miguel Xicalco, Delegación Tlalpan Ciudad de México

Caso: Fidel Contreras García

Resultado esperado	Meta e Innovación realizada	Observaciones
Indicador: Ingreso por venta de subproductos/ ciclo. Línea base: Pesos	Meta: \$ 1050 Innovación: Inoculación con cepas de huitlacoche	Resultado alcanzado \$800.00 incremento de ingresos por la venta del huitlacoche
Rendimiento elote/ha/ciclo	Meta: 11500 Piezas Innovación: Aplicación foliar de potasio, zinc y boro para favo- recer llenado de grano, uso de algas y ácidos húmicos para disminuir estrés en las plantas, aplicación de biofertilizante fo- liar en las primeras etapas de desarrollo del cultivo	Resultado alcanzado Se incrementó el Rendimiento a 12,000 Piezas
Rendimiento grano/ha/ciclo	Meta: 0.1 Ton Innovación: Uso de extracto de epazote, eucalipto e higuera para el control de plagas en los granos almacenados	Resultado alcanzado Hubo pérdida, cosecha disminuida en 0.05

Sanidad de asociación de cultivos mejorada	Adopción de la metodología Innovación: Elaboración y aplicación de caldo bordelés y sulfocálcico Meta: 10%	Resultado alcanzado Se adoptó la metodología para la elaboración de plaguicidas orgánicos en un 50%
--	--	--

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por los productores, según bitácora.

En el caso de las Escuelas de campo en las que el resultado esperado fue el rendimiento incrementado, se realizaron las innovaciones que incluyeron la aplicación foliar del paquete tecnológico otorgado por Secretaría de desarrollo rural y equidad para las comunidades (Sederec) enriquecido con potasio, zinc y boro para favorecer al llenado de grano; para la aplicación de biofertilizante en las primeras etapas de desarrollo del cultivo se realizó un super magro, el cual se probará en un ciclo productivo posterior. Así como los plaguicidas orgánicos realizados.

Cabe mencionar, que se realizó el muestreo de suelo de la unidad productiva, los resultados quedaron pendientes de entrega por parte del laboratorio de suelos de la UAM-Xochimilco y por ello es relevante en una nueva investigación dar seguimiento a estas prácticas ambientales del cultivo del maíz, en la modalidad orgánica

Con base en lo ya expuesto, en este protocolo, se plantea una investigación que permita impulsar la educación ambiental para llevar a cabo una planeación de prácticas ambientales de productos orgánicos, que hagan posible valorar la importancia de realizar acciones que favorezcan el cuidado ambiental para lograr una mejor calidad de vida.

Referencias

- Brechelt, A. (2004). Manejo Ecológico de Plagas y Enfermedades. *Red de Acción en Plaguicidas y sus Alternativas para América Latina*, 36.
- Castillo y González, A. (27 de febrero de 2018). *Educación ambiental y manejo*. Obtenido de http://www.iies.unam.mx/wp-content/uploads/2016/03/M7_LectCOMP_Castillo-Gonzalez
- CNPO, C. N. (27 de Mayo de 2016). *Consejo Nacional de Producción Orgánica*. Obtenido de <http://www.cnpo.org.mx/presentacion.html>: <http://www.cnpo.org.mx/presentacion.html>
- Cruz, M. A. (2018). *Generación de valor sustentable*. México: Publicaciones empresariales UNAM.
- De Gortari, Rabiela, R. (17 de febrero de 2018). Xochimilco como alternativa de competitividad para los orgánicos: el caso de Invernaderos Tepexomulco. *Nueva antropología*. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/scielo:> http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-06362012000200004
- Diaz Coutiño, R. (2015). *Desarrollo para la vida sustentable una oportunidad* . México: Mc Graw Hill.
- FAO. (6 de diciembre de 2015). *Organic Agriculture*. Obtenido de <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq1/es/>.

FAO. (6 de febrero de 2018). <http://www.fao.org/home/es/>. Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/meeting/X0075s.htm>

Franco , Eastmond y Viga de Alva. (14 de agosto de 2009). *Centro de Investigación Científica de Yucatán, A.C.* Recuperado el 1 de Septiembre de 2014, de <http://www.cicy.mx/Documentos/CICY/Sitios/Biodiversidad/pdfs/Cap8/13%20Educacion%20ambiental.pdf>

Huato, D. (2010). Manejo del maíz en el estado de Tlaxcala, México: entre lo convencional y lo agroecológico. *Revista Latinoamericana de Recursos Naturales*, 67-76.

SAGARPA. (8 de Enero de 2017). Obtenido de <https://www.gob.mx/sagarpa/>: <https://www.gob.mx/>

Sauvé, S. (17 de febrero de 2018). www.ecominga.uqam.ca. Obtenido de www.ecominga.uqam.ca: www.ecominga.uqam.ca

SEMARNAT. (2006). *Estrategia de educación ambiental para la sustentabilidad en México*. México, D.F.: SEMARNAT.

Simón Dominguez, N. (2016). *Hacia una Administración sustentable*. En P. e. Publishing. México: Publicaciones empresariales UNAM.

www.ecominga.uqam.ca. (17 de febrero de 2018). Obtenido de www.ecominga.uqam.ca: www.ecominga.uqam.ca

Conclusiones

La producción agrícola en general está amenazada por el cambio climático, pues este altera factores indispensables para el crecimiento de los cultivos, como las precipitaciones y la temperatura. Sus efectos sobre la agricultura varían de una región a otra. Estos cambios para las zonas donde predomina la agricultura de subsistencia, como lo es la zona rural de Tlalpan, pueden representar impactos desastrosos en sus vidas y medios de sustento.

Uno de los motivos por los que muchos agricultores aceptan la conversión de un sistema de monocultivo manejado con insumos agroquímicos, a un sistema más diversificado, es lograr una producción de calidad estable, poco dependiente de insumos externos, cuyo objetivo es disminuir costos de producción y a la vez conservar recursos naturales de su unidad tales como agrobiodiversidad, suelo y agua.

En la ciudad de México, las comunidades rurales también se enfrentan a la urbanización, lo que conlleva a que abandonen sus tierras por no ser una actividad rentable y salgan a buscar otros empleos.

En la producción de maíz particularmente, es necesario que logre convertir de lo convencional a un manejo agroecológico, debido a su baja rentabilidad. Esta es una actividad que no se dejará puesto que representa parte de la cultura y tradición de México, pero no resulta una actividad rentable.

Es relevante tomar acciones como la innovación de prácticas ambientales, a través de la diversificación de cultivos, lo cual es muy necesario y de esta forma transitar a una cultura de la agroindustria sustentable.

La educación ambiental permitirá fortalecer la capacitación técnica de los productores, hacer propuestas o áreas de mejora para minimizar los riesgos y limitaciones de la producción y de esta forma contribuir en la mitigación del cambio climático.

Lista de referencias

Brechelt, A. (2004). Manejo Ecológico de Plagas y Enfermedades. *Red de Acción en Plaguicidas y sus Alternativas para América Latina*, 36.

Castillo y González, A. (27 de febrero de 2018). *Educación ambiental y manejo*.
Obtenido de http://www.iies.unam.mx/wp-content/uploads/2016/03/M7_LectCOMP_Castillo-Gonzalez

CNPO, C. N. (27 de Mayo de 2016). *Consejo Nacional de Producción Orgánica*.
Obtenido de <http://www.cnpo.org.mx/presentacion.html>:
<http://www.cnpo.org.mx/presentacion.html>

Cruz, M. A. (2018). *Generación de valor sustentable*. México: Publicaciones empresariales UNAM.

De Gortari, Rabiela, R. (17 de febrero de 2018). Xochimilco como alternativa de competitividad para los orgánicos: el caso de Invernaderos Tepexomulco. *Nueva antropología*. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/scielo>:

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-06362012000200004

Diaz Coutiño, R. (2015). *Desarrollo para la vida sustentable una oportunidad*. México: Mc Graw Hill.

FAO. (6 de diciembre de 2015). *Organic Agriculture*. Obtenido de <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq1/es/>.

FAO. (6 de febrero de 2018). <http://www.fao.org/home/es/>. Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/meeting/X0075s.htm>

Franco , Eastmond y Viga de Alva. (14 de agosto de 2009). *Centro de Investigación Científica de Yucatán, A.C.* Recuperado el 1 de Septiembre de 2014, de <http://www.cicy.mx/Documentos/CICY/Sitios/Biodiversidad/pdfs/Cap8/13%20Educacion%20ambiental.pdf>

Huato, D. (2010). Manejo del maíz en el estado de Tlaxcala, México: entre lo convencional y lo agroecológico. *Revista Latinoamericana de Recursos Naturales*, 67-76.

SAGARPA. (8 de Enero de 2017). Obtenido de <https://www.gob.mx/sagarpa/>: <https://www.gob.mx/>

Sauvé. (17 de febrero de 2018). www.ecominga.uqam.ca. Obtenido de www.ecominga.uqam.ca: www.ecominga.uqam.ca

Sauvé, S. (17 de febrero de 2018). *www.ecominga.uqam.ca*. Obtenido de *www.ecominga.uqam.ca*: *www.ecominga.uqam.ca*

SEMARNAT. (2006). *Estrategia de educación ambiental para la sustentabilidad en México*. México, D.F.: SEMARNAT.

Simón Domínguez, N. (2016). *Hacia una Administración sustentable*. En P. e. Publishing. México: Publicaciones empresariales UNAM.

La institucionalización de la Reforma Educativa en las Escuelas Secundarias de la Ciudad de México

Modalidad: Protocolo de Investigación

Diana Elia Belmont Malfavón

Universidad Autónoma Metropolitana - Iztapalapa

Av San Rafael Atlixco No.186; Col. Vicentina C.P.09340. Del. Iztapalapa, Ciudad de México, México

La Institucionalización de la Reforma Educativa en las Escuelas Secundarias de la Ciudad de México

Resumen

El esfuerzo analítico del presente trabajo, representa la oportunidad de investigar a las organizaciones educativas a través de una corriente que sobresale de las Ciencias Sociales, que pretende explicar el profundo arraigo de éstas y su entorno social para examinar el impacto de las reglas, normas, creencias, mitos, entre otros; que a través del medio afectan en su estructura y prácticas más comunes: El Nuevo Institucionalismo. Todo esto considerando que la educación básica representa un aspecto indispensable para las naciones y que nuestro país ha pasado por una gran cantidad de cambios en cuanto a su implementación y desarrollo, por lo que así es como la llamada Reforma Educativa en México y su implementación se ha llevado contando en su mayoría con aceptación total por parte de los actores. En este documento se presentan también los antecedentes relacionados a esta reforma enfocándola principalmente en el nivel Secundaria.

Palabras clave: Institucionalización, Proceso de Institucionalización, Reforma Educativa, antecedentes.

1. Marco Teórico

El marco teórico sobresale en importancia dentro del protocolo, pues permite encuadrar la investigación organizacional a través de la teoría necesaria para este fin, por lo que a continuación inicio llevando a cabo una aproximación sobre las organizaciones educativas como parte de los Estudios Organizacionales (EO), que son, por qué son organizaciones susceptibles de estudio desde esta perspectiva para esclarecer que el objeto de estudio pertenece a este campo y darle la importancia que corresponde a la materia, posteriormente se hablará de la reforma educativa como política pública para encuadrar el contexto y establecerlo como un hecho que sucede en y alrededor de las organizaciones (Contreras y De la Rosa, 2013) con objeto de encuadrarlo como parte de los EO y por lo tanto correspondientes a estos.

Las organizaciones representan un espacio activo de entramados, de tensiones, acciones y cultura que constantemente pelea por ganar su posición a través del poder y la ambigüedad que las puede caracterizar, existen gran cantidad de definiciones pero entre otras, la de Scott (1981) dice que son colectividades que se han establecido para la consecución de objetivos relativamente específicos a partir de una base más o menos continua. Para Crozier (1973) la organización moderna (que para este caso así se considera) es el medio por el cual una población ahora menos rígida puede tener opciones en las cuales desarrollar la creatividad y la innovación. En el mundo organizacional se dice que la definición más completa es la de Hall (1996) quién dice que la organización es:

Una colectividad con una frontera relativamente identificable, un orden normativo, niveles de autoridad, sistemas de comunicaciones y sistemas de coordinación de membresías; esta colectividad existe de manera continua en un ambiente y se involucra en actividades que se relacionan por lo general con el cumplimiento de metas; las actividades tienen resultados para los miembros de la organización, la organización misma y la sociedad. (p.33)

Según el portal de la Secretaría de Educación Pública (SEP), la escuela como son llamadas las organizaciones educativas, es un conjunto organizado de recursos humanos y físicos que funciona bajo la autoridad de un director o responsable destinados a impartir educación a estudiantes de un mismo nivel educativo y con un turno y horario determinados. Así pues lo anterior da cuenta de lo que son según los EO y también de acuerdo a la definición de Hall (1996), pues estas organizaciones son una colectividad, ya que son un conjunto de elementos diversos que subyacen en un espacio que puede ser identificable a través de sus fronteras que dan cuenta de un ambiente basado en un orden normativo como la propia Constitución, la Ley General de Educación y la Ley del Servicio Profesional Docente por mencionar algunos. Tiene diferentes niveles de autoridad establecidos de acuerdo a las propias leyes mencionadas, sus sistemas de comunicaciones han llegado a ser a distancia y en línea, sus sistemas de coordinación de membresías son conocidos y están legitimados, lo cual da cuenta de que sus actividades se llevan a cabo en diferentes ambientes que definitivamente tienen que ver con los resultados que se obtienen para la misma

organización, sus miembros y la sociedad como se verá más adelante a través de la rendición de cuentas que se encuentra instituida en la organización.

¿Por qué estudiar a las organizaciones educativas de este tipo desde los EO? Sin duda vivimos en un estado organizacional (Lawmann y Knoke, 1987) pues estamos inmersos dentro de ellas, cada uno de nuestros actos de la vida cotidiana se entrecruzan con ellas, no podemos evitarlas y algunos teóricos de la organización como Etzioni (1993) dicen que son necesarias para alcanzar algunos fines deseables como paz, prosperidad y justicia social. Las organizaciones son entonces indispensables en la vida humana porque tienen un impacto social y específicamente en la comunidad (Hall, 1993), las organizaciones educativas entonces tienen un papel más que importante pues la educación en cualquier país son una necesidad básica, por tanto su satisfacción debe ser garantizada por el Estado, esto ha sido afirmado por la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano de 1793, mientras que la Constitución de nuestro país en su artículo 3º indica que todo individuo tiene derecho a recibir educación básica y media superior como mínimo, de forma obligatoria, por lo que el estado a su vez debe garantizar una educación con calidad. Todo lo dicho y otros aspectos relacionados se encuentran establecidos en nuestra constitución por ejemplo, el artículo 24 remarca la libertad de culto relacionándolo con la educación al indicar que ésta debe ser laica.

Para cumplir con las obligaciones en educación, se incluyó en la constitución el artículo 73 en donde se establece la creación del Servicio Profesional Docente que como organización y considerando los términos del artículo 3º tiene que

establecer, organizar y sostener en toda la república escuelas rurales, elementales, superiores, secundarias y profesionales etc. Mientras que en el artículo 31 de la misma constitución se establece que los mexicanos tendrán la obligación de hacer que sus hijos o pupilos concurran a las escuelas públicas o privadas, para obtener la educación preescolar, primaria y secundaria, y reciban la militar, en los términos que establezca la ley. Los padres de familia tienen la obligación de mandar a sus hijos a recibir la educación básica obligatoria.

La SEP fue creada como una organización que tiene el objetivo principal de proveer educación pública a todo el país, para lograrlo ésta se encuentra constituida con, normatividad, líderes, políticas y procedimientos para llevar a cabo tal fin, sin embargo los objetivos establecidos de educación, aprendizaje y educación con calidad e inclusión no han sido los esperados según los resultados de pruebas internacionales como Programa Internacional para la Evaluación de Estudiantes (PISA por sus siglas en inglés), por lo que en este sexenio se ha promovido como propuesta dentro Plan Nacional de Desarrollo un cambio dentro de su política para el logro de los objetivos, lo que en consecuencia promueve cambios organizacionales dentro de la realidad social de nuestro país afectando entonces su entorno económico y social principalmente.

Tales cambios se dan a través de una reforma promovida dentro de la SEP que se lleva a cabo considerando también el entorno internacional específicamente de una organización mundial, quien ha cuestionado el hecho de que México destina un gasto en educación de casi el establecido por ellos de 6.2% frente al 6.3% del PIB (OCDE, 2013). Cabe comentar que la Reforma Educativa representa una

política pública de gobierno susceptible de ser investigada bajo la perspectiva del diseño organizacional, pues gracias al trabajo de Ramírez et al (2011) se puede decir que “hay una relación orgánica de discernimiento que permite establecer el puente entre lo organizacional, lo político y la administración pública así como el pasaje o transformación del desempeño como una categoría eminentemente organizacional a la capacidad institucional como una categoría eminentemente social” (pág. 36) por lo cual, desde este punto de vista se comienza con la realización del presente documento considerando la perspectiva del Nuevo Institucionalismo de los EO para el análisis de la conducción de la acción social y colectiva orientada al desarrollo y bienestar de una comunidad socialmente determinada (Ramírez et al, 2011), pues se parte de supuestos basados en el comportamiento humano y en la influencia que éste puede tener sobre las estructuras sociales que dotan sentido a la acción humana (Cadena, 2016).

Ahora bien, una vez referido lo anterior es necesario comentar también que desde la perspectiva de los EO, las instituciones educativas para este caso de nivel básico representan sin duda alguna a la ambigüedad (March y Olsen, 1976) y el flojo acoplamiento (Weick, 1976) conocidas como corrientes de investigación en las organizaciones, pero que aunque por el momento no será motivo de este documento se conceptualizarán y enmarcarán para no omitir información relacionada al tema y a los EO, así pues para comenzar la ambigüedad es una propuesta teórica que podría considerarse como alternativa al modelo tradicional burocrático (Cadena, 2016), que generalmente es ejemplificado a través de las

universidades y que en este caso tiene también relación directa con el nivel básico de educación, específicamente las secundarias de la Ciudad de México.

Continuando con las características de la ambigüedad, ésta perspectiva ayuda a entender las causas de que en la organización impere la ausencia de claridad, de intencionalidad o de causalidad en los objetivos, procesos y estructuras, es decir la ambigüedad (March, 1994), ésta fue considerada como algo negativo para la empresa, pues dentro de la racionalidad instrumental no tiene cabida, sin embargo Cohen, March y Olsen (1972) están en contra de lo anterior pues ésta no puede separarse de la organización, ya que puede resultar positiva para la flexibilidad organizacional, así lo menciona Solís (2001) que aunque lo que expresa es acerca de las universidades, atañe también al sistema educativo de educación básica, se habla específicamente las escuelas secundarias por su composición, infraestructura y complejidad ya que sus objetivos suelen confundirse, ser poco claros y precisos porque responden a demandas sociales, culturales, incluso políticas viéndose en la contradicción de ser eficientes pero también socialmente aceptadas y legitimadas, pues en ellas convergen múltiples racionalidades que interactúan entre sí (Barba y Lobato, 2012).

En cuanto al acoplamiento flojo según Solís (2001), Weick es el responsable de esta perspectiva al considerar que las decisiones, las creencias, las selecciones y las soluciones no siempre están estrechamente vinculadas con los problemas de las organizaciones y sus resultados; en realidad existe un flojo acoplamiento entre ellos, o en ciertos casos no hay conexión alguna. En este caso el flojo acoplamiento juega un papel muy importante al ser el nivel secundaria uno solo,

siendo una organización compleja pero está integrado por diferentes modalidades, a su vez cada modalidad está compuesta por diferentes planteles en donde cada uno tiene diferentes formas de interactuar, diferentes contextos, formas de trabajo, de pensar y diferentes objetivos que a su vez son difíciles de identificar y de confluir, por lo que toda la educación básica y también el nivel secundaria representan sin duda un ejemplo de anarquía organizada y flojo acoplamiento. Seguidamente y después de haber especificado lo anterior se hablará de forma más específica al sujeto de estudio, que en este caso será la escuela secundaria.

La Educación Secundaria y sus generalidades

El nivel Secundaria es el tercer nivel de la Educación Básica. Se cursa en tres años en los que se busca que los adolescentes adquieran herramientas para aprender a lo largo de la vida, a través del desarrollo de competencias relacionadas con lo afectivo, lo social, la naturaleza y la vida democrática.

Los jóvenes que egresan de Secundaria tienen capacidad de reflexión y análisis, ejercen sus derechos, producen e intercambian conocimientos, cuidan de la salud y del ambiente.

La educación secundaria es básica y obligatoria desde 1993 y después de las reformas de 2006 y 2011 se busca que los contenidos que los alumnos construirán sean más apegados a las necesidades del mundo actual. Este servicio educativo se ofrece, tanto en escuelas públicas como privadas, bajo las siguientes modalidades:

Secundarias Generales y Secundarias Técnicas

Ambas tienen como finalidad además de proporcionar formación humanística, científica y artística, la segunda modalidad en específico además tendrá que brindar una educación tecnológica básica que permita al alumno la adquisición de conocimientos, habilidades y destrezas, así como la apreciación del significado que la tecnología tiene en su formación para participar productivamente en el desarrollo del país.

De acuerdo a su propuesta curricular, se caracteriza por ser formativa, propedéutica y fortalecedora de la cultura tecnológica. Una tercera modalidad es la de Telesecundarias que atienden la demanda educativa de la población que no tiene acceso a escuelas secundarias generales o técnicas, apoyando el servicio con el uso de medios electrónicos y de comunicación (televisión, señal satelital, videos). Existe un profesor por grupo que facilita y promueve el aprendizaje de las distintas asignaturas y brinda apoyo didáctico a los alumnos. Una cuarta modalidad es la Secundarias para Trabajadores que se ofrece a Mayores de 15 años, el turno nocturno (de 17:00 a 21:45 horas). Para enmarcar la posible investigación, en las siguientes líneas se profundiza acerca del Nuevo Institucionalismo (NI).

Una breve mirada hacia el NI

Para De la Rosa (2002) El NI tiene sus orígenes en las ciencias sociales, específicamente en la economía, la sociología y la ciencia política, para Torres

(2015) “el paradigma institucional nació como un amplio acuerdo logrado entre los científicos sociales de que había que poner atención nuevamente al papel de las instituciones, este acuerdo fue bautizado por March y Olsen como NI en 1984” (pág. 118), por otra parte se dice que éste tan antiguo como la reflexión de Durkheim sobre “los hechos sociales como cosas” (Buendía, 2011). El caso es que el NI representa un enfoque particular del estudio de los fenómenos sociales, económicos y políticos, sin embargo, es difícil precisar su significado debido a los diferentes conceptos que asume de acuerdo a las disciplinas desde las cuales se aborda (Scott, 2008; Dimaggio y Powell, 1999), considerando lo anterior se advierten tres vertientes: económica política y sociológica.

La vertiente económica estudia las organizaciones de la población institucional de forma racional, obedece a patrones relativamente convencionales: actores racionales que intentan maximizar sus preferencias respetando ciertas reglas de juego y que son capaces de calcular sus beneficios económicos potenciales, sus principales representantes Ronald Coase y Oliver Williamson (De la Rosa, 2002, Chaves y García, 2013;) proponen la Teoría de los Costos de Transacción como elemento central para el diseño de las estructuras empresariales, incidiendo en la solución de distintas problemáticas como los sistemas de mercado, estructuras corporativas, contratos, franquicias, competencia, cumplimiento de la ley y alianzas comerciales; este enfoque ha sido criticado por tener una visión reduccionista de la interacción social.

La vertiente política tiene como objetivo analizar los mecanismos de formación del consenso y la creación de metas colectivas en la sociedad. En esta

concepción de la política, los actores no son permanentemente enemigos o aliados, sino más bien ciudadanos que comparten concepciones específicas del mundo, crean identidades colectivas e interactúan dentro de espacio institucionalizados de la actividad política. En consecuencia, la unidad de análisis no es el individuo y sus preferencias, sino el conjunto de reglas, normas y tradiciones que existen en distintas organizaciones que conforman el sistema político.

Según March y Olsen (1984) se trata de la extensión de conceptos tales como rutina y atención organizacional al estudio de las instituciones políticas. Para De la Rosa (2002) esta perspectiva institucional radica en entender la transformación de las instituciones políticas en tanto formas de organización caracterizadas por la ambigüedad organizativa, debido a que la transformación institucional no se dicta enteramente por las condiciones exógenas ni controlables precisamente mediante acciones intencionales (March y Olsen, 1984).

La vertiente sociológica, considera la ambigüedad que representan los alcances a un nivel micro y un nivel macro, lo que Zucker (1977) llamaría la caja negra del NIS. En el nivel macro toma en cuenta un enfoque que se encauza en las estructuras organizacionales y en los procesos tomando como base la homogeneidad de prácticas que se encuentran en la misma organización (DiMaggio y Powell, 1983), es decir analiza como las estructuras del ambiente influyen en el comportamiento del ser humano (Cadena, 2016). Así mismo en el nivel micro su ponderación se encuentra en los aspectos cognitivos y normativos en la organización, representando la diversidad de corrientes cuyo sustento se

encuentra en nociones como individuo, actor, roles, identidades, comportamientos, reglas como fundamento de la institución (March y Olsen,1997), en tanto que DiMaggio y Powell (1983) mencionan que se basa en enfatizar la rutina, consideran que toda macro sociología descansa en una micro sociología basada en ambientes y estructuras definiendo así al campo organizacional en donde se sostiene que la homogeneización y la burocratización surgen mediante los campos organizacionales que además proporcionan un ambiente en el que la incertidumbre y la limitación de los esfuerzos individuales la mayoría de las veces conducen a la homogeneidad de estructura, cultura y producción de las organizaciones (DiMaggio y Powell, 1998 pág.105).

Para DiMaggio y Powell (1998, pág.106) el campo organizacional es definido como "aquellas organizaciones que, en conjunto, constituyen un área reconocida de la vida institucional". Esta unidad de análisis ayuda a prestar atención a la totalidad de los actores importantes. La integración de los campos organizacionales se lleva a cabo mediante un proceso de imitación que se conoce con el nombre de isomorfismo, en donde las organizaciones atraviesan una serie de transformaciones debido a la competencia entre mercados y la exigencia de la administración eficiente, el cual ha dominado las esferas empresariales basada en "un proceso limitador que obliga a una unidad en una población a parecerse a otras unidades que enfrentan las mismas condiciones ambientales" (DiMaggio y Powell, 1999 p.108), señalando tres mecanismos de institucionalización: isomorfismo coercitivo, Isomorfismo mimético e isomorfismo normativo. "El isomorfismo coercitivo, el cual tiene su origen en las influencias políticas y la

búsqueda de legitimidad; el isomorfismo mimético, que resulta de respuestas estándares ante la incertidumbre percibida; y el isomorfismo normativo, asociado con el desarrollo de las profesiones” (Dimaggio y Powell, 1999).

Como parte del isomorfismo es importante recalcar las transformaciones a nivel organizacional y ambiental que se ven representadas, ante ello Meyer y Rowan (1977) sugieren como acción de respuesta mantener a la organización en un estado de integración interna flexible y al compromiso de sus participantes para actuar de buena fe y apegarse más a la estructura basándose en mitos racionalizados (significan la práctica que está en el ambiente y las organizaciones lo interiorizan) y en la estructura como mito y ceremonia que para legitimarse debe ir más allá de la eficiencia que aporte. Las estructuras y procesos no son resultado de actos racionales sino institucionales y su aparente buen desempeño se debe a prácticas institucionalizadas.

Para Scott (1981) el NIS es estable socialmente en el tiempo, resistente a los cambios y se trasmite de generación en generación para lograr su reproducción. Propone un esquema de elementos analíticos que funciona basado en tres pilares, el regulativo, el normativo y el tercero el cultural cognitivo; así el primero se basa en aspectos regulativos que son los que obligan y estipulan el comportamiento de los individuos a través de reglas y leyes, en el segundo se ponen en énfasis reglas normativas evaluativas y obligatorias pero considera también valores entendidos como aquello deseable para la organización y el tercer pilar se centra en los elementos culturales cognitivos de la organización considerando la dimensión

cognitiva como mediadora entre los estímulos externos y las respuestas individuales que representan al mundo simbólico.

Zucker (1977) sostiene que el NIS debe observarse como un proceso, no como un estado y tampoco a nivel general o macro, sino a un nivel particular de carácter cognoscitivo enfocado en el cambio, el lenguaje y símbolos de esos procesos, es decir, la autora concibe a la institucionalización como una caja negra, por lo que debemos poner atención en la variación, dependencia, contenido y persistencia de los procesos y grados de institucionalización de las organizaciones para sugerir resultados de investigación e interpretarlos considerando las variables que lo construyen e intervienen como los actores, el ambiente y la cultura que son determinantes para ampliar sus estructuras. Según Jepperson (2001), muchas organizaciones son el resultado de su ambiente estructural en donde la racionalidad cede a los mitos y ceremonias su lugar y las acciones se institucionalizan a través de las reglas y rutinas.

Tolbat y Zucker (1996) marcan al proceso de institucionalización como una serie de etapas: la primera es la innovación, la cual es consecuencia de los factores ambientales y de presión interna que a su vez le exigen a la organización la necesidad de introducir cambios de mejora, la segunda etapa es la rutinización, que implica que se desarrollen nuevos arreglos estructurales como una reacción a los problemas organizacionales y la formalización de éstos en la organización y que se lleven a cabo continuamente. La siguiente etapa, la de objetivación, representa el desarrollo de consensos sociales entre los ápices estratégicos o tomadores de decisiones sobre la adopción de cierta estructura y su adopción por

el resto de las organizaciones. La institucionalización se dice completa con la inclusión de una etapa más: la sedimentación, ésta descansa sobre la continuidad de la estructura, y su supervivencia, dándose por terminado el proceso que lleva este nombre. Como parte de este encuadre teórico a continuación se expone de forma breve los contenidos más relevantes acerca de la Reforma Educativa.

La Reforma Educativa, antecedentes y generalidades

La escuela hoy en día es una organización que sin duda sigue un modelo que lamentablemente debió haber sido erradicado, pues persigue los resultados y logros a través de la medición de números e indicadores es decir a través de la eficiencia, esa que enfatiza el diseño racional de las organizaciones, y que quedó francamente establecida a través de los modelos laborales Tayloristas, el mismo Bordieu (1986) menciona que la escuela es como uno de los lugares donde se va a fabricar al alumno como tal, ya sea su forma de pensar, el cómo actuar frente a diversas situaciones. Pensando en estas líneas es imposible dejar de considerar que el entramado educativo deja de tener connotaciones con objetivos sociales para apegarse a la complejidad que representa la racionalidad que se vive sin duda en la llamada modernidad (Lipovetsky, 1986) en donde el neoliberalismo, la globalización y según otros la cuarta revolución industrial (Schwab, 2016) con el efecto combinatorio de tecnologías, necesitan trabajadores preparados para enfrentar las demandas de este mercado que enmarca sin duda la necesidad de adaptación organizacional en cuanto a calidad y competitividad, surgiendo

diferentes modelos educativos para la educación básica que se ha visto permeada de este ambiente.

En México se utiliza todavía el modelo educativo por competencias que representa el triunfo empresarial y la intromisión de la administración a la educación, este modelo surge precisamente a decir de Hirtt (2001) en 1997 cuando el Consejo Europeo reunido en Ámsterdam recomendaba conceder la prioridad al desarrollo de competencias profesionales y sociales para una mejor adaptación de los trabajadores a la evolución del mercado laboral, encubriendo sin duda un cúmulo de realidades que no satisfacen al imaginario social de los verdaderos objetivos educativos.

La inclusión de la administración en la educación ha resultado ser una herramienta que ha transformado lo educativo, confundiendo los objetivos, medios, anhelos y realidades de la escuela como organización pues se habla de eficacia y eficiencia como puntos de valoración para conseguir la calidad educativa, la eficacia se cuestiona por la medida y proporción en que los objetivos son logrados; es decir, respecto de la equidad en la distribución de los aprendizajes, su relevancia y pertinencia.

En tanto la eficiencia se cuestiona por el costo con que dichos objetivos son alcanzados. Por lo tanto, es definida con relación al financiamiento destinado a la educación, la responsabilidad en el uso de éste, los modelos de gestión institucional y de uso de los recursos. Con todo lo anterior en tránsito, se da paso a la Reforma Educativa a continuación, considerando que la educación a lo largo

de los diferentes gobiernos de nuestro país se ha llevado a cabo implementando siempre reforma tras reforma, sin embargo no las han llamado así como tal pues casi cada presidente en turno modifica la política educativa, inclusive algunos teóricos han dicho que más que implementar cambio tras cambio, México necesita cambios lentos pero bien establecidos, mientras que otros como Tedesco (2001) mencionan que los cambios que se requieren diseñar deben ser “integrales”.

Así pues, mientras algunos investigadores hacen propuestas sobre la política educativa los gobiernos toman sus propias decisiones, a últimos tiempos y desde que se llevó a cabo el “Acuerdo Nacional para la Modernización de la Educación Básica”, dentro del cual se pretendía extender la cobertura educativa e incrementar la calidad de la educación que tuvo como consecuencia que se modificara en el año de 1993 la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos para establecer como obligatorio el nivel secundaria, muchos teóricos e investigadores de este nivel educativo se han preocupado por conocer sus problemáticas entre ellos Lozano (2010), Sandoval (2000), Imberti (2001) y Levinson (2012) quienes comentan el momento difícil que enfrenta y que es consecuencia de una multiplicidad de contextos, situaciones sociales, económicas y escolares.

Entrando directamente en el tema, la Reforma Educativa actual tiene antecedentes desde el sexenio del presidente Fox, ya que se pusieron en práctica algunos cambios como lo que para este período se llamaría Alianza en la Calidad de la Educación, en donde considerando la RIEB (Reforma Integral para la Educación Básica) se inicia con la articulación de sus tres niveles, es decir

Preescolar, Primaria y Secundaria se comienzan a manejar términos como inclusión, diversidad y algunos otros que llegarían para quedarse, pues hoy en día a través de la implementación de la política pública conocida como una de las famosas reformas establecidas en el sexenio del Presidente Enrique Peña Nieto, se dice ha propuesto fortalecer el papel de la educación para reducir las desigualdades sociales, ser incluyente y destina mayores recursos a las zonas más pobres del país. Este marco jurídico sustentado en una reforma educativa tiene el objetivo de lograr que los alumnos tengan mejores maestros, que estén más tiempo en los planteles para que su formación sea más completa, que tengan acceso a alimentos sanos y nutritivos, que cuenten con mejores libros de texto y materiales educativos, y que las escuelas tengan instalaciones adecuadas y en buen estado. Como ya se mencionó la educación es un servicio público, una responsabilidad del Estado frente a los ciudadanos (Espinosa, 2013), esa responsabilidad abarca las necesidades y problemáticas de la Educación Pública en México que son muchas y variadas en todos los niveles educativos del País.

La Reforma Educativa representa una política pública educativa que se llevó a cabo durante el sexenio del presidente Enrique Peña Nieto, cuyo objetivo es producir transformaciones en el sistema educativo nacional y sus relaciones del estado con la sociedad mexicana según los requerimientos de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) para el logro de la calidad de la educación con todo lo que implica. La OCDE, es el organismo internacional en el cual México se ha basado para estructurar y desarrollar la Reforma Educativa y en voz de Andreas Schleicher, director de educación en este organismo, entre los

objetivos de logro que se pretenden están el superar el rezago de conocimiento y preparación que tienen los docentes, también en consecuencia no afectar el rendimiento de los alumnos y sus resultados educativos además de depurar la nómina magisterial. Algunas de las causas de que México haya optado por esta reforma según la OCDE, son las evaluaciones realizadas en el marco de los programas como PISA (El Informe del Programa Internacional para la Evaluación de Estudiantes, Lozano, 2010), que tuvieron un potencial importante para la mejora de la evaluación educativa ya que los resultado en la prueba, alertó de que muchos jóvenes mexicanos no están desarrollando altos niveles de competencia y un muy alto porcentaje de estudiantes muestra un desempeño deficiente en matemáticas (56.6 %), lectura (41.7 %) y ciencias (47.8%) (Indicadores OCDE, 2015).

Aún con todas las problemáticas en la educación y lo que la reforma representa la mayor parte del país ha llevado a cabo los cambios que exige este proceso sin chistar. Esto se ha concluido mediante diversas investigaciones exploratorias realizadas a través de diversas fuentes como documentos y pequeñas entrevistas, por lo que se ve a la Reforma Educativa como un proceso político y social que comúnmente se lleva a cabo con cada cambio de gobierno, lo que da paso al proceso de institucionalización y al planteamiento del problema.

2. Planteamiento del Problema

Este protocolo de investigación pretende conocer el proceso de institucionalización de la Reforma Educativa en las organizaciones del nivel

secundaria de la Ciudad de México, considerando que la educación básica en México ha representado una situación de coyuntura nacional que algunos partidos políticos han utilizado como botín, por lo que cada sexenio la educación se ha ido presentando como un área de grandes problemáticas y pocas soluciones, cada presidente ha expuesto a través del Plan Nacional de Desarrollo diferentes puntos con los cuales se ha pretendido mejorarla en todos los aspectos considerando por ejemplo, superar niveles de rezago educativo, niveles de reprobación y rendimiento escolar entre otros.

La actual Reforma Educativa implementada durante el sexenio del presidente Enrique Peña Nieto, gira en torno de algunos ejes principales que se observan en los siguientes puntos: en primer lugar jurídicamente introduce cambios en los artículos 3º. y 73 de la constitución, en consecuencia introduce cambios en la Ley Federal de Educación procurando un alcance con metas para el año 2036, mismas que están consideradas dentro de sus 5 ejes principales. La segunda transformación es la creación de indicadores numéricos para la “calidad” de la educación. En tercer lugar se produjo un cambio en la forma de considerar y valorar al docente por parte de la población proponiendo su evaluación y capacitación para el ingreso y promoción en el servicio público, como cuarto aspecto se ha promovido un cambio en el modelo educativo basado en la autonomía curricular que incluye diferentes aspectos.

Por lo tanto esta reforma vino a exigir resultados a los docentes en donde las consecuencias podrían ser la pérdida de empleo en caso de resultados desfavorables en su evaluación, lo que significa entonces un nuevo régimen

laboral. Aún con todo lo dicho anteriormente, según los principales diarios se podría decir que en 30 de los 32 estados del país la Reforma educativa ha seguido su curso, solo Chiapas y Oaxaca han demostrado una gran oposición. En la Ciudad de México específicamente los maestros que en este caso son los actores, han acudido sin problema con los siguientes aspectos de la Reforma Educativa:

Cuando han sido llamados para evaluarse, lo han hecho sin chistar, han puesto en marcha todo lo establecido hablando específicamente por ejemplo a la Autonomía Curricular, cumplimiento de nuevas normas y reglas. Dicho todo lo anterior es posible visualizar que el problema de investigación se encuentra en la aceptación y realización de la llamada “Reforma Educativa”. Todos los argumentos anteriores dan pie a las preguntas de investigación que serán, ¿cómo se ha llevado a cabo este proceso? ¿Cómo es que los actores y participantes dentro de la estructura de la escuela como organización han contribuido para que ésta se lleve a cabo de forma institucional?.

Justificación

La educación y su Reforma Educativa, representan una temática relevante desde el punto de vista del Nuevo Institucionalismo, pues constituirá una forma de comprender e interpretar a través de los EO nuestra realidad educativa actual, a su vez esta perspectiva merece incorporar nuevas formas de visualizar las temáticas coyunturales de nuestro país para actualizar todo lo referente a la educación y los retos que enfrenta.

3. Metodología

Se considerará la necesidad de introducir un estudio de caso sobre alguna(s) secundarias para poder estructurar adecuadamente la metodología, pues según Yin (2002) el estudio de caso amplía la panorámica sobre la utilidad de este tipo de investigación, ya que argumenta que el estudio de caso es una estrategia de investigación de corte empírico, a través de la cual se analiza un fenómeno contemporáneo ubicado en un contexto determinado. Así mismo se utilizará un estudio de tipo mixto pero predominantemente cualitativo debido a la naturaleza del problema planteado y a la existencia de prácticas diversificadas fundadas en la naturaleza humana y porque se considera a los estudios organizacionales como un tema que no es posible predecir ni controlar, pero sí comprender e interpretar, tomando en cuenta la elaboración de instrumentos de investigación que con antelación puedan ser probados para su correcta aplicación.

4. Factibilidad

La propuesta que aquí se expone cuenta con la facilidad de acceso hacia las organizaciones que ampliarán la panorámica sobre la utilidad de este tipo de investigación de corte empírico a través de la cual se analiza un fenómeno contemporáneo ubicado en un contexto determinado (Yin, 2002), cabe comentar que el acceso a fuentes informativas, personas y recursos también se encuentran al alcance del investigador.

Resultados que se esperan obtener

Al ser un tema de relevancia actual dentro de los EO, se espera obtener frutos desde esta perspectiva, con objeto de construir nuevos argumentos que permitan conocer e interpretar esta realidad educativa y organizacional que día a día forma parte de la vida de nuestro país.

Se espera también, que la información obtenida además de datos organizacionales contenga un alto contenido de impacto social y educativo que muestre este proceso completo de forma analítica para todo aquél que se interese en el tema, pues las organizaciones como la SEP (Secretaría de Educación Pública) deben ofrecer siempre resultados benéficos para la comunidad, ya que éstas tienen un potencial enorme para afectar la vidas de todos aquellos que entran en contacto con ellas (Perrow, 1979).

Referencias

- Arnaut, A. y Giorguly, S. (2010). Política educativa y relaciones intergubernamentales. Aprendizajes desde el programa escuelas de calidad. En Los grandes problemas de México. México: Colmex. Pp. 209-232.
- Barba, Antonio y Odette Lobat (coords.) (2012), Instituciones de educación superior, políticas públicas y organización. México: UAM-I/ Miguel Ángel Porrúa. Pp. 33-58.

Bourdieu, Pierre (1986) "La Escuela como fuerza conservadora: Desigualdades Escolares y Culturales", en *Contemporary Research in the Sociology of Education*.

Cadena, A. (2016). Entre Organizaciones Ambiguas y Flojamente Acopladas: Hacia una Comprensión de las Instituciones que definen a las Universidades Públicas. XIV Congreso Internacional de Análisis Organizacional Educación Superior y Desarrollo Sustentable, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, México.

Cohen, M. D., J.G. March y J.P. Olsen (1972) "A garbage can model of organizational choice", en *Administrative Science Quarterly*, núm.1, Vol.17, págs.1-25.

Contreras Manrique Julio C. y Ayuzabet De la Rosa Alburquerque (2013) "Organizaciones y políticas públicas. Elementos para trabajar una perspectiva organizacional de las políticas públicas" en De la Rosa Alburquerque, Ayuzabet y Julio C. Contreras Manrique (Coords.) *Hacia la perspectiva organizacional de la política pública. Recortes y orientaciones iniciales*. Fontamara, México, pp.13-56.

Crozier. M. J. (1973). "Techniques for the morphometric analysis of landslips", *Zeitschrift für Geomorphologie*, 17, pp. 78-101.

De la Rosa, Ayuzabet (2002). Teoría de la Organización y Nuevo Institucionalismo en el Análisis Organizacional.

- DiMaggio, Paul J. y Walter W. Powell (1983) "The iron cage revisited: institutional isomorphism and collectiv rationality in organizational fields", en *American Sociological Review*, Vol. 48, núm.2.págs.147-160.
- DiMaggio, Paul J. y Walter W. Powell (1998). "The New Institutionalisms": Avenues of colaborations, en *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 154(4):696-705.
- Espinosa, C., Pérez F. y Rivera, J. (2013). Campo profesional del pedagogo. México.
- Hall Richard (1.996) Organizaciones. Estructuras, procesos y resultados. Prentice/ Hall. México.
- Imberti, J. (2001). Violencia y escuela. Miradas y propuestas concretas. México: Paidós.
- INEE (2017). Conferencia para la evaluación del desempeño docente. México: INEE.
- Hirtt, N. (2001) Los tres ejes de la Mercantilización Escolar. Disponible en <http://users.skynet.be/apd>
- Jepperson, Ronlad L. (2001) "Instituciones, efectos institucionales e institucionalismo" en Powell , Walter y Paul Di Maggio (comp.) *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*, Fondo de Cultura Económica, Colegio Nacional de Ciencias Políticas y administración Público, A.C., Universidad Autónoma del Estado de México, México.

Laumann E y Knoke, D. (1987). *The Organizational State*. Estados Unidos: The University Wisconsin Press.

Levinson, B. (2012). *La escolarización de los adolescentes: desafíos culturales, pedagógicos y de política educativa*. Buenos Aires: UNESCO.

Lipovetsky, G. (1986). *La era del Vacío*. Barcelona: Anagrama.

Lozano, I. y Mercado, E. (2009). *Cómo investigar la práctica docente*. México: ISCEEM.

Lozano, I. (2010). *Sobre (vivir) la escuela secundaria: la voz de los alumnos*. México, Díaz de Santos.

March, James G. y Johan P. Olsen (1976). *Ambiguity and Choice in Organizations*. Oslo: Universitetsforlaget. Pp.1-37

March, J. y Olsen J. (1984). "The New Institutionalism: organizational factors in political life". En *American political Science Review*, Vol.78, núm.2, pp.734-749.

March, James G. (1994). *A primer of decisión making*. New York: Blackwell. Pp.101-115.

March, James G. y Olsen, Johan P. (1997) *El redescubrimiento de las instituciones. La base organizativa de la política, Fondo de Cultura Económica*, Colegio Nacional de Ciencias Políticas y administración Pública, A.C., Universidad Autónoma de Sinaloa, México, (capítulos II, III y IX).

- Medina C. (2007). ¿Qué son los estudios organizacionales?. Medellín, Colombia: Revista Eafit, oct-dic. 9-24 pp.
- Meyer, John W. y Brian Rowan (1977) "Institutionalized Organizations: Formal structure as myth and ceremony", en *The American Journal of Sociology*, vol.83, Núm.2, págs. 340-363
- Montaño, L. (2004). Los estudios organizacionales en México: cambio, poder, conocimiento e identidad. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- OCDE (2013). Panorama de la educación 2013. Recuperado en diciembre de 2013. Disponible en: <http://www.oecd.org/edu/Mexico/EAG2013%20Country%20note%20%28ESP%29.pdf>.
- OCDE (2015). Panorama de la educación. Indicadores de la OCDE, 2015 recuperado en <http://www.mecd.gob.es/dctm/inee/internacional/panorama-de-la-educacion-2015.-informe-espanol.pdf?documentId=0901e72b81ee9fa3>
- Perrow C. Complex organizations: a critical essay. Glenview, IL: Scott, Foresman, 1979. 270 p.
- Ramírez Martínez, Guillermo, Germán Vargas Larios y Ayuzabet de la Rosa (2011) "Estudios Organizacionales y Administración Contrastes y complementariedades: caminando hacia el eslabón perdido", en *revista electrónica Forum Doctoral*, Número 3 Enero-Abril, pp.7-53.

- Rodríguez, G. (1999). Metodología de la Investigación Cualitativa. Aljive: SLP
Málaga.
- Sánchez, Puentes R. (1993). Enseñar a Investigar. Una didáctica nueva de la
investigación en ciencias sociales y humanas. México, Porrúa-CESU.
- Sandoval E. (2000). La trama de la escuela secundaria: institución, relaciones
y saberes. México, Plaza y Valdés-UPN.
- Scott, Richard W. (1981), Organizaciones. Sistemas racionales, naturales y
abiertos, Prentice, New Jersey.
- SEP. Administración Federal de Servicios Educativos en el D.F. (2011), Plan
de Estudios, México, SEP.
- Solis P. y López B (2000). El concepto de las anarquías organizadas en el
análisis organizacional. *Revista Contaduría y Administración*, No. 197, Abril-
Junio 2000.
- Solis, Pedro (2001). "Universidad, organización y sociedad. Saberes
organizacionales: alcances y limitaciones de la certificación". En Barba
Álvarez, Antonio y Luis Montaña Hirose (coord.) (2001). *Universidad,
Organización y Sociedad: arreglos y controversias*. México: UAM/ Miguel
Ángel Porrúa. Pp.133-161.
- Schwab, Klaus (2016). THE FOURTH INDUSTRIAL REVOLUTION. World
Economic Forum, 199 pp.

- Tedesco, J.C. (2001). Introducción. Los cambios en la educación secundaria y el papel de los planificadores. En C. Braslavsky, *La Educación Secundaria ¿cambio o inmutabilidad? Análisis y debate de procesos europeos y latinoamericanos contemporáneos*. Argentina: IIPE-Editorial Santillana.
- Torres, Eduardo. (2015). El nuevo institucionalismo: ¿Hacia un nuevo paradigma?. *Estudios Políticos, novena época, núm. 34* (enero-abril, 2015): 117-137. UNAM. México.
- Tolbert, S. Pamela y Lynne, G. Zucker (1996). "The institutionalization of institutional theory". En Clegg, Stewart R., Cynthia Hardy y Walter R. Nor. *Handbook of Organization Studies*. Londres: Sage. Pp.175-190.
- Valenzuela, I. (1997). Consideraciones epistemológicas de la teoría sociológica y de la organizacional. *Revista de Ciencias Sociales (CI) 7*: 62-71. <http://www.redalyc.org/pdf/708/70800706.pdf>
- Weick, Karl E. (1976). "Educational Organizations as Loosely Coupled Systems". En *Administrative Science Quarterly* núm, 1 (21), pp.1-19.
- Wright Mills.C. (2004). *La Imaginación Sociológica*, México: Consejo de Fomento Educativo.
- Yin, R. K. (2002). *Case study research: Design and methods* (3rd ed.), Sage Publications, Newbury Park, CA.
- Zucker, Lynne G., "The Role of Institutionalization in Cultural Persistence, *American Sociological Review*, 42,1977, pp. 726-743.

Zucker, Lynne C. (2001) "El papel de la institucionalización en la persistencia cultural" en Powell, Walter y Paul Di Maggio (comp.). *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*, Fondo de Cultura Económica, Colegio Nacional de Ciencias Políticas y administración Pública, Universidad Autónoma del Estado de México, México, págs.. 126-153.

Diagnóstico de factores que inciden en la demanda de educación superior, Caso: Licenciatura en Estadística de la Universidad Veracruzana

Modalidad: Protocolo de Investigación

Kenia Peredo Cornelio
Abraham Vásquez Cruz
Maribel Carmona García

Institución de Afiliación: Universidad de Xalapa

Carretera Xalapa-Veracruz Km 2.5, Colonia Acueducto Ánimas, Código 91190, Xalapa, Veracruz, México

Universidad Veracruzana

Dirección Completa de la Institución: Avenida Xalapa s/n, Colonia Obrero Campesina, Código 91020, Xalapa, Veracruz, México

**“Diagnóstico de factores que inciden en la demanda de educación superior,
Caso: Licenciatura en Estadística de la Universidad Veracruzana”.**

Resumen

En el presente proyecto se plantea la situación actual de la Licenciatura en Estadística de la Universidad Veracruzana, la cual cuenta con 49 años de trayectoria. Es relevante mencionar que el campus de Xalapa, Veracruz, México, es el único que cuenta con dicho programa académico en toda la región, sin embargo, muestra un bajo número de estudiantes que ingresan a la misma debido a que dicha licenciatura no cuenta con estrategias de promoción que le permitan darse a conocer con los aspirantes a ingresar a la universidad, lo que provoca que se tenga que ofertar cierto número de lugares a estudiantes que solicitaron su ingreso a otros programas académicos y no fueron aceptados, factor que impacta en la eficiencia terminal de la carrera, toda vez que el porcentaje de alumnos que egresan es considerablemente menor a los que ingresan. Se plantea la pregunta de investigación, hipótesis, el sustento teórico que se enfoca en las estrategias de promoción, mercadotecnia educativa y factores que determinan la demanda de educación superior. Se presenta la propuesta metodológica para el desarrollo de la investigación, construcción de instrumentos para la recolección de datos, procesamiento de los mismos y generación de información útil para la toma de decisiones que impacten de manera positiva en futuros procesos de admisión a la licenciatura en comento.

Palabras clave

Demanda educativa, educación superior, mercadotecnia educativa, estadística, publicidad.

Planteamiento del problema

La educación es fundamental para el desarrollo de un país y como tal, es necesario darle la importancia que requiere. En su nivel superior, la educación debe enfocarse en la construcción de una sociedad que contribuya al desarrollo constante de una mejor calidad de vida.

Las constantes transformaciones que experimenta la sociedad global contemporánea, plantean retos para el sistema de educación superior en México.

Tuirán, (2012) menciona los siguientes:

- Ampliación de la matrícula: la evolución de la matrícula y de la cobertura de educación superior en México, es de gran importancia, puesto que es uno de los asuntos con mayor trascendencia para el presente y el futuro de los jóvenes.
- Equidad: las profundas diferencias sociales en el acceso a la educación superior, son ampliamente marcadas por las desigualdades territoriales y por entidad federativa; así mismo, las brechas en la cobertura son un reflejo de las desigualdades económicas regionales, lo que representa un desafío para los objetivos en el ámbito de la equidad educativa.
- Pertinencia: la existencia de diversos fenómenos de carácter cultural, económico, político y social, han contribuido en la generación de desequilibrios estructurales en la composición de la matrícula de nivel superior, esto se debe a que se ha concentrado sobre todo en los programas del área de ciencias sociales y administrativas; así como en carreras de corte tradicional, tales como derecho, contabilidad y

administración. Lo cual, se traduce en altas tasas de desocupación y subocupación de profesionistas, entre otros problemas.

- Evaluación y aseguramiento de la calidad: una oferta educativa de calidad es un medio indispensable con la finalidad de lograr una inserción con mayor ventaja de México en la economía del conocimiento; por lo tanto entre las diversas medidas instrumentadas, se encuentran los programas de fortalecimiento institucional, de profesionalización del personal académico, formación y fortalecimiento de cuerpos académicos y de la integración de redes de investigación.

Es por ello que los desafíos actuales demandan el fortalecimiento, no solo de los procesos de mejora continua de la enseñanza, sino de la formación académica de los alumnos con base en estos requerimientos por parte de la sociedad; es necesario contar con profesionistas que a partir de capacitaciones, actualizaciones, superación y compromiso de la labor que desempeñan, innoven su práctica con mayor calidad.

La Estadística es la ciencia que se encarga de dar validez y apoyar la toma de decisiones a diversas ramas a través del análisis de datos correspondientes. En México, de acuerdo con los datos publicados en el año 2017 por el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), la carrera de estadística es ofertada por 25 universidades, de las cuales, la Universidad Veracruzana y la Universidad Autónoma de Chapingo son las únicas que ofrecen la Licenciatura en Estadística, mientras que las otras 23 casas de estudio brindan a los profesionistas la

oportunidad de estudiar un curso, diplomado, especialidad o maestría sobre dicha ciencia.

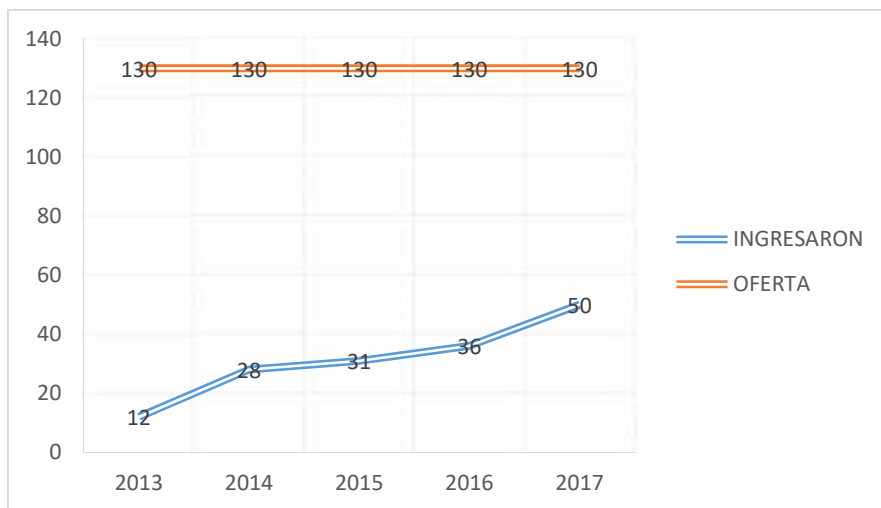
Es por ello, que la presente investigación abarca la situación actual de la Licenciatura en Estadística de la Universidad Veracruzana, puesto que no cuenta con la implementación de estrategias de promoción diseñadas especialmente para dar a conocer dicha licenciatura, por lo cual presenta un bajo índice de demanda año con año.

Cabe mencionar que la Licenciatura en Estadística años atrás se promovía a través de carteles, los cuales eran colocados en algunos bachilleratos de la ciudad de Xalapa; por otra parte, con el mismo afán de darse a conocer, año con año profesores y estudiantes de la misma acuden a la “Expo Orienta” que organiza la Universidad Veracruzana en la región de la capital del estado de Veracruz, para brindar información sobre el plan de estudios a los asistentes, así mismo, en el año 2013, algunos académicos se dieron a la tarea de realizar un video, donde se daba a conocer parte de las instalaciones de la Facultad de Estadística e Informática y describían a grandes rasgos la finalidad de dicha carrera universitaria.

A pesar de los esfuerzos descritos, no se obtuvieron resultados favorables, puesto que el número de aspirantes a dicha carrera se ha encontrado por debajo del nivel esperado y esto se ve reflejado en el número de aspirantes que solicitan su ingreso a la misma.

En el siguiente gráfico se presenta la tendencia de ingreso en los últimos 5 años, que demuestra el bajo índice de aspirantes a ingresar como primera opción a la Licenciatura en Estadística.

Gráfico 1. Ingreso de alumnos a la Licenciatura en Estadística



Fuente: Elaboración propia con datos de la Facultad de Estadística de la Universidad Veracruzana

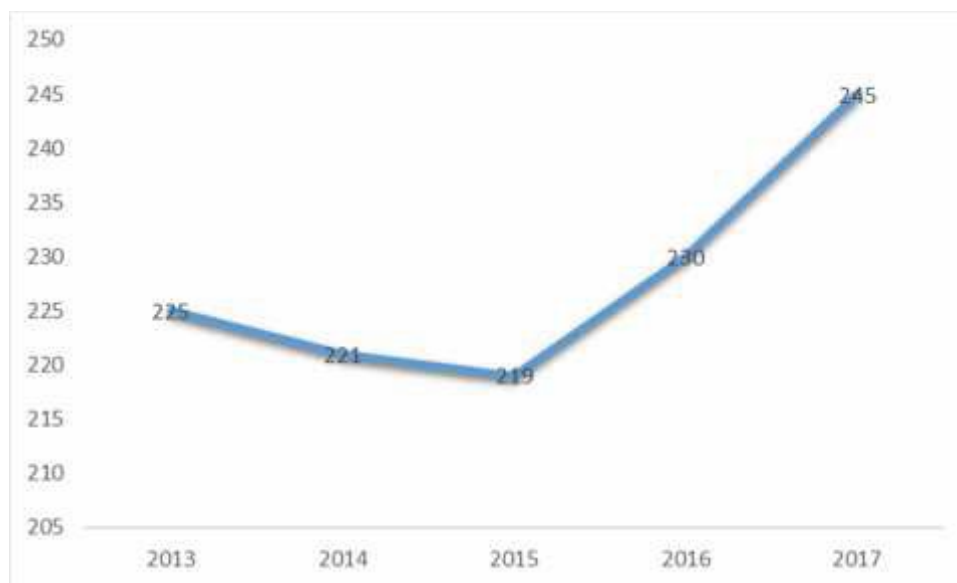
En el gráfico anterior se observa que el número de lugares que oferta la Licenciatura en Estadística anualmente es de 130 espacios; también se aprecia que los alumnos interesados en ingresar a dicha carrera profesional, entre los años 2013 – 2017 muestra una tendencia creciente, sin embargo el número de estudiantes interesados por dicha licenciatura corresponde al 38.5% con respecto al total de espacios ofertados en el año 2017.

Cabe mencionar que, en el afán de cubrir el número total de matrícula que oferta la Licenciatura en Estadística y dar cumplimiento al compromiso de la Universidad

Veracruzana por ofrecer educación superior en el Estado de Veracruz, posterior a la inscripción de los estudiantes que en primera instancia aplicaron examen para dicha carrera, los lugares vacantes son ofertados por invitación a los interesados en ingresar a otras carreras de la Universidad Veracruzana, y que no lograron su admisión en el plan académico que habían elegido como primera opción. Sin embargo, a pesar de lograr ocupar los lugares restantes que se ofertan, al término de los primeros semestres algunos estudiantes desertan de dicha licenciatura, y esto se ve reflejado en el total de alumnos matriculados.

A continuación se muestra el Gráfico 2, donde se aprecia el total de alumnos matriculados en dicha licenciatura.

Gráfico 2. Total de matrícula de la Licenciatura en Estadística

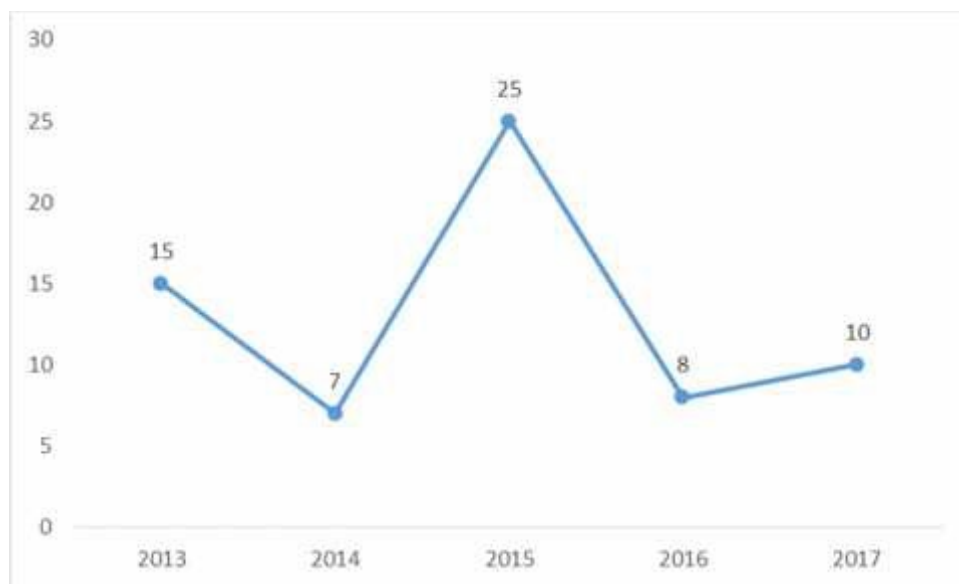


Fuente: Elaboración propia.

Acorde con el gráfico anterior, se aprecia el total de alumnos cursantes de la Licenciatura en Estadística en los últimos 5 años, por lo cual es posible observar que el número de matriculados pertenecientes a dicho programa académico de la Universidad Veracruzana, ha incrementado en un 8.9 %; sin embargo, comparando dicho porcentaje con el del Gráfico 1, la población universitaria de esta carrera profesional sigue siendo baja.

Aunado a lo anterior, en el siguiente gráfico se muestra el número total de egresados en los últimos 5 años.

Gráfico 3. Egreso de estudiantes de la Licenciatura en Estadística



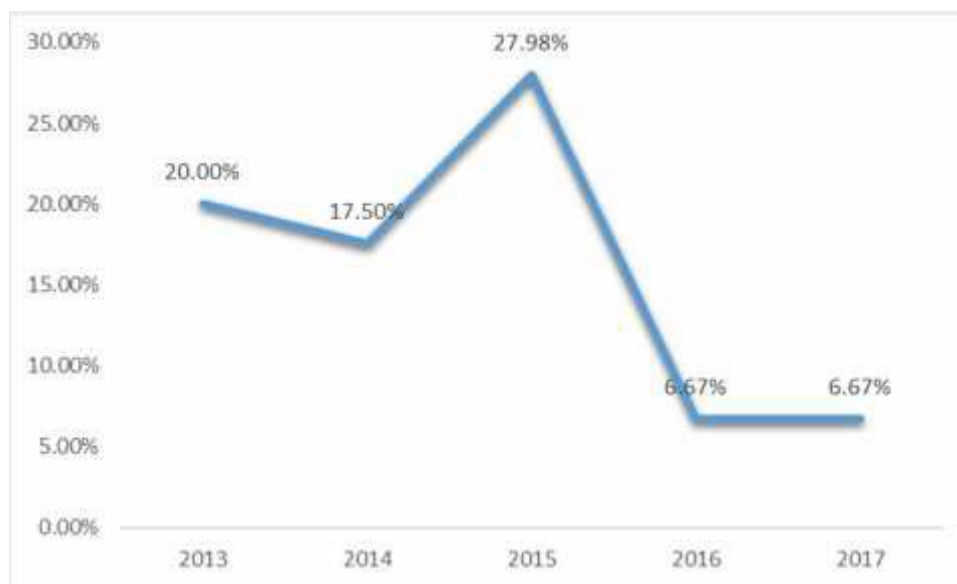
Fuente: Elaboración propia.

Con base en el gráfico anterior, es relevante mencionar que el número de egresos de estudiantes de dicha licenciatura, comparado con el total de matrícula, denota

que el porcentaje de estudiantes que culminan dicho programa académico oscila entre el 3.1% al 11.4%, respecto a la matrícula, en los últimos 5 años.

Respecto a lo descrito sobre el gráfico 3, a continuación se presenta el porcentaje de eficiencia terminal en el periodo comprendido del año 2013 al 2017.

Gráfico 4. Porcentaje de eficiencia terminal de la Licenciatura en Estadística



Fuente: elaboración propia.

De lo anterior, es posible presumir que el no contar con estrategias de mercadotecnia que permitan dar a conocer las características, plan de estudios, perfiles de ingreso y egreso, así como el campo laboral de un egresado de la Licenciatura en Estadística, limita el número de matrícula de la Licenciatura en

Estadística, lo cual puede ser uno de los factores clave para que no se cuente con aspirantes interesados por estudiar dicha carrera.

Es importante recalcar que en la actualidad la mercadotecnia juega un papel fundamental en la sociedad; ya que gracias a su implementación en empresas, organizaciones no lucrativas, productos o servicios, estos pueden crecer y/o posicionarse dentro de un mercado mayormente competitivo; donde logren alcanzar los objetivos planteados por cada una de ellos. (Fischer & Espejo, 2011)

De lo anterior surge la siguiente pregunta de investigación:

Pregunta de investigación

¿Qué estrategias de promoción se pueden implementar para incrementar el número de matrícula de la Licenciatura en Estadística de la Universidad Veracruzana?

Hipótesis

La implementación de estrategias de promoción impactará de manera positiva en el número de aspirantes a ingresar por primera opción en la Licenciatura de Estadística en la Universidad Veracruzana.

Variables de estudio

Variable dependiente

Número de aspirantes a ingresar por primera opción en la Licenciatura en Estadística de la Universidad Veracruzana

Variable independiente

Implementación de estrategias de promoción.

Justificación

La Licenciatura en Estadística de la Universidad Veracruzana, fue constituida en el año de 1968, en el afán de promover la estadística como profesión y disciplina a nivel nacional; la cual tiene un enfoque hacia la enseñanza y aplicación de la metodología estadística, con la finalidad de fomentar y desarrollar la vinculación del quehacer estadístico con las actividades de los sectores sociales y productivos; propiciando la formación integral del estudiante. (UV, 2017)

Aunado a lo anterior, la Licenciatura en Estadística cuenta con 49 años formando parte de las carreras ofertadas por la Universidad Veracruzana en el Campus Xalapa, siendo la única en todas las regiones que pertenecen al alma mater veracruzana; sin embargo, a pesar de contar con una amplia trayectoria, el nivel de aspirantes interesado en cursar dicha carrera profesional se considera bajo.

Debido a lo anterior, surge la motivación para desarrollar el presente trabajo de investigación, donde a través del diseño de estrategias de mercadotecnia educativa pueda atacarse la problemática principal, la cual consiste en aumentar el número de aspirantes que soliciten ingresar por primera opción a la Licenciatura en Estadística de la UV; permitiendo el crecimiento y fortalecimiento de la misma.

Así mismo, es de vital importancia mencionar que con el presente trabajo de investigación no sólo se aportarán beneficios en impacto económico, sino que a su vez los aspirantes a nivel universitario, podrán conocer los contenidos que les permita forjar un criterio sobre la Licenciatura en Estadística, y que esta pueda ser considerada al momento de tomar la decisión sobre la carrera profesional que pretendan estudiar; del mismo modo, que cubra las necesidades y expectativas de cada uno de ellos, en aras de obtener un mejor futuro.

De igual forma, dentro del impacto político, social y ambiental; el promover la licenciatura en estadística, enmarcará su amplitud de contenidos, mismos que son aplicables para cada uno de los aspectos mencionados; puesto que en la actualidad la estadística se ha convertido en una útil herramienta y medio que permite proyectar resultados certeros, con niveles de confianza y credibilidad, basados en saberes científicos.

Por otra parte, el impacto tecnológico de dicha investigación radica en brindar a los aspirantes ideas concretas de que la estadística cubre las necesidades en dicha área, puesto que se deben poner en práctica las habilidades necesarias para desarrollar programas adecuados a lo que la actual sociedad demanda en cuanto a manejo de datos.

Con base en lo anterior, es importante hacer hincapié en que el impacto educativo consiste en dar a conocer los grandes beneficios mencionados anteriormente y hacer conciencia en los aspirantes a universidad de la importancia de la estadística en la sociedad actual y que el programa educativo con el que cuenta la Universidad Veracruzana en esta área, les brinda los conocimientos adecuados

con el principal objetivo de satisfacer las necesidades del mundo laboral tan competitivo en el que se vive hoy en día.

Metodología

A continuación, se presenta el enfoque de la presente investigación, el cual tiene como finalidad el diseñar estrategias de mercadotecnia que permitan incrementar el número de aspirantes de la Licenciatura en Estadística, perteneciente a la Universidad Veracruzana.

De acuerdo con:	Esquema de Investigación:	Breve descripción	Aplicación de la investigación
La finalidad de la investigación.	Aplicada	Contribución a solucionar problemas específicos, relacionados con el objeto de estudio abordado.	En el presente proyecto, se elaborará el diseño de estrategias como propuesta para la Licenciatura en Estadística, como apoyo para atacar la problemática planteada.
El enfoque.	Mixto	Se da cuando el objeto de estudios se aborda a través de una combinación de los	Se trabajará con un enfoque mixto para el desarrollo de la presente investigación, puesto que

De acuerdo con:	Esquema de Investigación:	Breve descripción	Aplicación de la investigación
		enfoques cuantitativos y cualitativos.	se llevará a cabo la aplicación de encuestas y entrevistas que permitan recabar datos específicos, que al ser analizados, favorezcan el desarrollo de una serie de estrategias pertinentes para dicha institución educativa.
Las fuentes de información	De campo	Investigación en el lugar donde se encuentran las unidades.	La investigación será llevada a cabo en la Facultad de Estadística e Informática, puesto que es donde ocurre la problemática planteada.
El lugar donde el estudio de campo es llevado a cabo	In situ	Lugar en donde sucede el fenómeno.	El estudio de campo se realizará en la Facultad de Estadística e Informática.
El control que se tendrá sobre las variables de investigación	No experimental	Transversal: a través de estos esquemas se recolectan datos en un solo momento, para describir variables y analizar su incidencia e	La presente investigación, será de tipo transversal, puesto que se llevará a cabo la elaboración de instrumentos que permitan recabar datos necesarios

De acuerdo con:	Esquema de Investigación:	Breve descripción	Aplicación de la investigación
		interrelación en ese momento.	para la elaboración de la propuesta final.
El alcance de la investigación	Descriptivo	Se trata de especificar el conjunto de propiedades, características y rasgos del fenómeno analizado, según se considere su importancia.	El presente proyecto, será de tipo descriptivo, puesto que a partir del análisis estadístico, se describirán las estrategias de mercadotecnia, para el incremento de matrícula en la Licenciatura en Estadística.

Fuente: Guía descriptiva para elaborar Protocolos de Investigación. (Ortiz, 2006)

Población

La población a estudiar para el presente trabajo de investigación, se integra por los estudiantes de bachillerato de la ciudad de Xalapa, que actualmente se encuentran cursando el último año de estudios; puesto que son ellos los próximos aspirantes a ingresar a una carrera profesional, por tal motivo se elaborará el muestreo pertinente, que permita obtener los resultados y analizarlos, con la

finalidad de diseñar estrategias de promoción adecuadas, para el incremento del número de aspirantes de la Licenciatura en Estadística, perteneciente a la Universidad Veracruzana.

Así mismo, por medio de otra encuesta, se estudiará a la población estudiantil de la Licenciatura en Estadística de la Universidad Veracruzana, con la finalidad de conocer si están informados sobre los medios de difusión con los que cuenta la carrera y cuál es su opinión al respecto; mismo que será de gran aporte para la creación de la propuesta de estrategias de promoción.

Por otro lado, se aplicará otro instrumento a la comunidad académica de dicho programa educativo, con la finalidad de conocer la información que sea más relevante y atractiva para promocionar el programa de estudios.

Procedimiento de Muestreo

El tipo de muestreo que se empleará para llevar a cabo el presente proyecto, es el muestreo aleatorio.

Respecto a lo anterior, se hace hincapié en que para determinar la muestra se utilizó la fórmula para poblaciones finitas con muestreo aleatorio simple sin reposición (Levin y Rubín, 2003). Dicho procedimiento consta de una selección de muestras con probabilidades iguales, donde se cumple que todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de pertenecer a la muestra.

A continuación, se describen las características de la población de estudiantes de bachillerato de la ciudad de Xalapa, Veracruz; la cual corresponde a hombres y mujeres, su edad oscila entre los 16 a los 18 años, inscritos en un plantel tanto público como privado, de modalidad escolarizado, en turnos matutino o vespertino y de sistema estatal o federal.

El total de la población, corresponde a 18,549 estudiantes, de los cuales 8,606 son hombres y 9,943 son mujeres. (SEV, 2018)

De igual forma, para realizar el muestreo a la población de estudiantes de la Licenciatura en Estadística, de los cuales son hombres y mujeres, inscritos en dicho programa académico que oferta la Universidad Veracruzana, en la Región Xalapa, en la Facultad de Estadística e Informática, dentro de los 9 semestres que marca el programa, su edad oscila entre los 18 a 22 años. El total de la población, de acuerdo con la matrícula es de 245 estudiantes. (UV, 2017)

Técnica e Instrumentos

Una técnica de investigación, es el conjunto de procedimientos para el aprovechamiento de los elementos que rodean los fenómenos sobre los cuales se investiga". (Tamayo, 2004).

Para este proyecto se utilizarán dos técnicas de investigación: encuesta y entrevista. Para la primera se diseñarán cuestionarios que serán validados en su contenido y constructo, en el segundo caso, se elaborará una guía de entrevista que pasará también por un proceso de validación.

Procedimiento para recolectar los datos

De acuerdo con el procedimiento para la recolección de datos de la población seleccionada para la realización de encuestas de estudiantes de bachillerato de la ciudad de Xalapa, se acudirá a algunas escuelas seleccionadas al azar, en un horario de clases de turno matutino o vespertino, según sea el caso.

Por otra parte, la encuesta a los estudiantes de la Licenciatura en Estadística, se realizará en la Facultad de Estadística e Informática, ubicada en la Avenida Xalapa s/n.

De igual forma el instrumento que se aplicará a los docentes de la Licenciatura en Estadística, será administrado en la Facultad de Estadística e Informática de la Universidad Veracruzana, en la ciudad de Xalapa, en horarios laborales mientras no se encuentren frente a grupo.

Marco Teórico

Factores asociados a la selección de carrera

De acuerdo con un estudio realizado por Piñero (2015), los factores que se encuentran asociados a la selección de carrera universitaria se basan en una evaluación de acuerdo con su entorno social; donde los indicadores para dicha selección son el costo académico, el riesgo de rechazo y el retorno económico.

De acuerdo con las tres premisas planteadas (Piñero, 2015), es posible afirmar que los aspirantes de un nivel socio económico alto aspiran a ingresar a una

carrera cuyos costos sean altos, por lo cual rechazan su hipótesis de que estos estudiantes se inclinarían por carreras de alta exigencia académica. Por otra parte, se hace hincapié en la premisas de riesgo de rechazo y retorno económico, en donde se muestra que el 50% tiene una mayor probabilidad de elegir una carrera con gran riesgo de rechazo, mientras que el 61% demuestra una probabilidad de elegir una carrera con mayor retorno económico; estas cifras se presentan en los casos de estudiantes cuyos padres cuentan con una alta escolaridad y bienes culturales al mismo nivel, puesto que perciben mayores posibilidades de cursar una carrera altamente exigente. (Piñero; 2015).

Mercadotecnia educativa

La mercadotecnia educativa, es el proceso de investigación de necesidades sociales tendiente a desarrollar y llevar a cabo proyectos educativos que las satisfagan, produciendo un crecimiento integral de la persona a través del desarrollo de servicios educativos, acordes a su valor percibido, disponibles en tiempo y lugar y éticamente promocionados para lograr el bienestar de individuos y organizaciones. (Manes, 2008)

Así mismo, Fontana y Vázquez (2014), mencionan que el marketing educativo surge de la necesidad de las entidades que se dedican a brindar este tipo de servicios, orientados a la instrucción para favorecer a la institución, no sólo en el incremento de matrícula educativa, sino también de elevar la calidad y el nivel de educación del mismo; motivo por el cual, los autores definen al marketing educativo de la siguiente forma, “proceso de investigación de las necesidades

sociales para desarrollar servicios educativos tendentes a satisfacerlas, acordes a un valor percibido, distribuidas en tiempo y lugar y, éticamente promocionadas para generar bienestar entre individuos y organizaciones”.

Beneficios e importancia de la mercadotecnia educativa

Campos (2016), en su investigación “Estrategias de mercadotecnia en una institución educativa privada de nivel medio superior”; plantea el tema de mercadotecnia educativa desde una perspectiva puntual; puesto que hace hincapié en que “la educación, es el fundamento de una sociedad sana y estructurada a largo plazo”.

El autor al analizar el marco histórico de la educación en nuestro país, menciona “la falta de estructura y planeación estratégica en materia educativa”; por lo cual profundiza en terminología de la misma rama; que permite hacer un exhaustiva revisión para responder a la pregunta ¿Qué características tiene y/o debería tener la educación para atraer y retener a un mayor número de alumnos? (Campos, 2016)

Aunado a lo anterior, es importante mencionar que los beneficios de mercadotecnia educativa, consisten no sólo en posicionar alguna institución educativa, sino a su vez dar a conocer a la sociedad actual la oferta educativa existente y las aportaciones de la misma, con el objetivo de brindar calidad al informar a la población estudiantil.

Herramientas de la mercadotecnia educativa

En el presente apartado, se describen las herramientas de la mercadotecnia educativa, cuya finalidad es brindar a las instituciones educativas aspectos fundamentales para ampliar su perspectiva en cuanto al uso e implemento del marketing.

La inversión publicitaria

La publicidad, la promoción de ventas y las relaciones públicas son las herramientas de comunicación de masas con las que cuentan los mercadólogos; cuyo objetivo principal consta de enviar el mensaje a toda la audiencia; esto haciendo referencia a los autores Stanton, Etzel y Walker (2007).

Aunado a lo anterior, Fischer y Espejo (2011); hacen hincapié en que el objetivo básico de la publicidad “es estimular las ventas ya sea de manera inmediata o a futuro”. (Fischer & Espejo, 2011)

Con base en lo anterior, a continuación se detalla el concepto de publicidad y los tipos de la misma; puesto que ejerce un papel fundamental en alcanzar el mercado meta deseado por una empresa.

Publicidad

La publicidad es una actividad que diseña comunicaciones persuasivas e identificables que se transmiten a través de los medios de comunicación (Fischer y Espejo, 2011).

Así mismo, Stanton, Etzel y Walker (2007); dan como definición sobre el concepto de publicidad, la forma de comunicación; puesto que mencionan que esta, a su vez, consiste en todas las actividades enfocadas en presentar, a través de los medios de comunicación masivos, un mensaje impersonal, los cuales, son patrocinados y pagados para dar a conocer un producto, servicio u organización.

Por otra parte, los autores Kotler y Armstrong (2012); mencionan que la publicidad consta de cualquier forma pagada de representación y promoción no personales acerca de ideas, bienes o servicios por un patrocinador no identificado.

Mix de promoción

La promoción sirve para lograr los objetivos de una organización; así mismo, se utilizan diversas herramientas con el objetivo fundamental de cumplir con tres funciones promocionales indispensables, las cuales son: informar, persuadir y comunicar un recordatorio, al mercado meta. (Stanton, Etzel, & Walker, 2007).

Por otra parte, con el propósito de reafirmar el concepto de promoción, Fischer y Espejo (2011); mencionan que consiste en dar a conocer los productos en forma directa y personal; aunado a ello se deben ofrecer valores o incentivos adicionales a vendedores o consumidores.

Aunado a lo anterior, se puede decir que la promoción consiste en hacer llegar el mensaje, acerca de una organización, producto, bien o servicio, a un mercado establecido, en donde se dé a conocer ciertos aspectos o características de ellos, logrando generar impactar y atraer a los consumidores.

Conclusión

De acuerdo con lo establecido anteriormente, la finalidad de conocer la problemática actual de la Licenciatura en Estadística de la Universidad Veracruzana en Xalapa, Veracruz, México; permite que se establezca a lo largo de este documento la finalidad de indagar acerca de qué estrategias de promoción se pueden implementar para incrementar el número de aspirantes de la Licenciatura en Estadística de la Universidad Veracruzana; esto a través la aplicación de los instrumentos, la recopilación y análisis adecuado de los datos obtenidos; lo que permitirá que a través de las herramientas del marketing educativo, la publicidad y la promoción, se genere una propuesta de estrategias de promoción que resulte benéfica para dicho programa académico; que a su vez sea evaluado con el aumento de aspirantes a ingreso dentro del periodo 2019.

Bibliografía

- Campos, E. (2016). *Estrategias de mercadotecnia en una institución educativa privada de nivel medio superior*. México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. México, DF: McGraw-Hill.
- Fontana, P., & Vázquez, F. (2014). La importancia de la mercadotecnia educativa en los centros educativos privados. Caso práctico: Fundación Colegio Americano de Puebla. *Benemérita Universidad Autónoma de Puebla*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson.
- Manes, J. (2008). Marketing educativo, gestión estratégica y calidad total: un círculo virtuoso. *Universidad de Barcelona*.
- Ortiz, J. (2006). GUÍA DESCRIPTIVA PARA ELABORAR PROTOCOLOS DE INVESTIGACIÓN. *REVISTA EN SALUD TABASCO*.

- Piñero, S. (2015). *Factores asociados a la selección de carrera: una aproximación desde la Teoría de la Acción Racional*. (S. Piñero, Productor) Obtenido de Universidad Veracruzana:
http://revistas.uv.mx/index.php/cpue/article/view/1288/html_18
- SEV. (2018). *Secretaría de Educación de Veracruz*. Obtenido de Anuario Estadístico 2017 - 2018:
<https://www.sev.gob.mx/servicios/anuario/2018/buscar.php?mm=87>
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México, D.F.: McGraw-Hill .
- Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. México: LIMUSA.
- Tuirán, R. (2012). *La educación superior en México: avances, rezagos y retos*. Obtenido de
http://online.aliat.edu.mx/adistancia/Calidad/unidad4/lecturas/TXT_1_S4_EDUC_SUP_AVAN_REZ_RET_TUIRAN.pdf
- UV. (2017). *Universidad Veracruzana*. Obtenido de Información Estadística Institucional: <https://www.uv.mx/informacion-estadistica/anuario2/>
- UV. (2017). *Universidad Veracruzana*. Obtenido de Facultad de Estadística e Informática: <https://www.uv.mx/fei/comite-de-calidad/varios/perfil-egresocyte/>

La importancia de la práctica docente en la educación superior para la transformación social

Modalidad: Protocolo de Investigación

Juan Manuel Capetillo Gómez
Martha Gallegos López
María del Rocío Medina Mata
Dolores Florina Reynoso Hernández

Instituto Tecnológico de San Luis Potosí
Av. Tecnológico s/n unidad Ponciano, Arriaga Soledad de Graciano Sánchez S.L.P.
México CP 78437

La importancia de la práctica docente en la educación superior para la transformación social

Resumen

Debido a los cambios demográficos, económicos, sociales y culturales que se viven actualmente en la globalización, es necesario formar profesionistas, sin importar sus disciplinas capaces de dar respuestas a las nuevas demandas de la sociedad; es necesario un espíritu innovador y creativo que permitan adaptarse a los nuevos modelos de trabajo que cambian constantemente. Los nuevos profesionistas deben tener una formación integral y holista; crear ese espíritu de aprendizaje continuo, que les permita un desarrollo sostenible y que favorezca la participación de todos para una sociedad inclusiva y justa. Por lo cual, es importante crear una conciencia en la tarea que se tiene como docente, ya que la educación es fundamental en la transformación de la sociedad, México no ha quedado al margen de estos cambios, es importante reorientar las prácticas docentes tradicionales a unas nuevas prácticas que permita un aprendizaje continuo y abierto, desarrollar habilidades intrapersonales y sociales a través de la inteligencia emocional, que permita a los profesionistas desempeñarse de acuerdo a las exigencias que se presenten, por el motivo, se propone la investigación que tiene como **objetivo** describir las funciones docentes que propicia el proceso de aprendizaje continuo, integral y libre, a través de una práctica educativa, crítica, analítica y reflexiva. El diseño metodológico que se plantea es de tipo cualitativo, interpretativo y descriptivo, para la recolección de la información se realizará una revisión documental, además se llevara a cabo entrevista abiertas a dos grupos focales uno integrado por maestro y el segundo formado por alumno del Instituto Tecnológico de San Luis Potosí.

Palabras clave: Práctica docente, educación superior, transformación social

ANTECEDENTES

A largo de los años y de diferentes décadas se ha considerado que la educación es un factor determinante para la transformación social, por lo expuesto es verdaderamente importante el compromiso de todos los involucrados en esta tarea y en mayor importancia a nivel superior porque es ahí precisamente donde se forman los nuevos profesionistas que requiere la sociedad y que la transformaran, los cuales deberán tener un aprendizaje en un contexto holista que les permita ser más reflexivo y analítico, sin importar su disciplina tener una visión amplia de los sucesos que se dan no solo en el ambiente que lo rodea sino más allá, que esos cambios siempre tendrán un impacto positivo o negativo, en mayor o menor grado y que se verán reflejados en nuevas políticas, en la economía, la tecnología etc. a nivel mundial, por esta razón el docente deberá cambiar las prácticas tradicionales de enseñanza las cuales se concretaban solo a dar información teórica y técnica, por prácticas acorde a los cambios que han revolucionado al mundo y ha tenido efecto en todos los aspectos, deberá motivar a los alumnos a construir sus propios conocimientos en un contexto holístico a lo largo de su vida, lo cual les permita ser creativos e innovadores, para cubrir las necesidades que se presentan y tener la capacidad de visualizar las futuras.

Como consecuencia de la globalización se han creado diferentes organismos entre ellos la Organización de las Naciones Unidas y propone que todos los estados miembros generen programas de educación bajo un mismo contexto por lo cual establece los Objetivos de Desarrollo Sostenible (PAU & Corporate, 2017). Que muestran nuevos retos a los que debemos responder como individuos y como

comunidad. Definitivamente la educación es y será un tema fundamental para la transformación social, “el carácter holístico de sus comprensiones se evidencia en la persistente preocupación por dotar de sentido a la reflexión, por enmarcar las ideas en sus contextos tanto políticos como económicos sin perder de vista sus desdoblamientos o aplicaciones prácticas” afirma (Donoso , 2016). Así mismo los profesores chilenos Sergio Toro y Pamela Valenzuela proponen entender la cognición como un proceso de transformación y lo visualizan como los horizontes hacia los que debe dirigirse la practica didáctica. Situándose en una perspectiva donde la identidad profesional del docente es un proceso de construcción dinámico, complejo razón por la cual debe relacionar elementos biográficos y contextuales (Moreno , 2014). Además, el proceso de educación ya no es exclusivo del profesor tiene que construir conexiones horizontales e incluir a familias, comunidades y otras organizaciones en los proyectos educativos los cuales deben cambiar y ejercer una función de acompañamiento y refuerzo. Para convertirse en una herramienta de transformación social que permita que los individuos, tomen conciencia de los temas esenciales para ellos, opten por cambiar sus conductas e influyan en los comportamientos de la comunidad en la que viven. Por lo expuesto el docente debe evolucionar y contribuir a través de la cultura de la colaboración, no sólo a formar profesionales con un conocimiento técnico adecuado, sino a desarrollar también un compromiso social, ético y pedagógico que sea el germen de la transformación social y educativa (Moreno , 2014).

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Derivado de la lectura de diferentes fuentes se concluyó que existe un verdadero desafío para implementar nuevas prácticas docentes que propicien un aprendizaje continuo integral y libre a través de una práctica educativa, crítica, analítica y reflexiva en un contexto holístico, debido el mismo profesor carece de esas habilidades para generar proyectos de educación trascendentes que impacten realmente a la sociedad, donde se vean cambios aun pequeños pero significativos. Es de suma importancia que los profesores vinculen los procesos educativos con las dinámicas de la sociedad y gestionen nuevos modelos bajo un planteamiento holístico que considere lo económico, histórico, social y, sobre todo, lo cultural, pues es en esa cultura donde todas las otras dimensiones se manifiestan (Moreno , 2014). La institución seleccionada para realizar la investigación es el Instituto Tecnológico de San Luis Potosí, debido a que es una institución que tiene una presencia importante en el mercado laboral en el estado de San Luis Potosí.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Describir las funciones docentes que propicia el proceso de aprendizaje continuo, integral y libre, a través de una práctica educativa, crítica, analítica y reflexiva.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las prácticas docentes actuales.

- Identificar las prácticas educativas que propicien un aprendizaje continuo.
- Identificar las prácticas educativas que propicien un aprendizaje integral.
- Identificar las prácticas educativas que generan y propician una actitud de crítica en el estudiante.
- Identificar las prácticas educativas que generan y propician el análisis en el estudiante.
- Identificar las prácticas educativas que generan y propician la reflexión en el estudiante.

En el presente protocolo se plantean las siguientes preguntas de investigación:

¿Cuáles son las prácticas docentes actuales?

¿Cuáles son las prácticas educativas que propicien un aprendizaje continuo?

¿Cuáles son las prácticas educativas que propicien un aprendizaje integral?

¿Cuáles son las prácticas educativas que generan y propician una actitud de crítica en el estudiante?

¿Cuáles son las prácticas educativas que generan y propician el análisis en el estudiante?

¿Cuáles son las prácticas educativas que generan y propician la reflexión en el estudiante?

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Las personas objeto de estudio son los profesores nivel superior de diferentes instituciones en la ciudad de San Luis Potosí que han sido identificados por los alumnos como mejores profesores por sus prácticas en el proceso de aprendizaje.

JUSTIFICACIÓN

Los desafíos que actualmente enfrenta la sociedad requiere que la educación evoluciones a un ritmo un poco más acelerado que la misma sociedad, por lo cual se requieren cambios profundos en los modelos educativos, las personas y en especial los jóvenes están creando una mayor conciencia involucrándose en su comunidad donde reflejan sus aspiraciones personales y colectivas por una vida mejor, responsable y sostenible (PAU & Corporate, 2017).

Las ocupaciones más demandadas en la mayoría de sectores y países en la actualidad no existían hace diez años. De acuerdo con Deloitte University Press, el 65 % de los niños que se encuentran ahora en la escuela primaria tendrán puestos de trabajo que todavía no existen.

Ante esta situación, la educación se presenta como la herramienta fundamental para conseguirlo. Definitivamente es necesario que los nuevos profesionistas sean proactivos entiendan y conozcan las nuevas tecnologías, además desarrollen habilidades de escucha activa y razonamiento crítico. Pero realmente son pocos los sistemas educativos que preparan adecuadamente a sus egresados a consecuencia de una verdadera desvinculación de las necesidades actuales y

futuras del mercado y los proyectos de educación, por el contrario, aplican modelos tradicionales que solo se concretan a dar teoría y técnicas y no a desarrollar otras habilidades como son la reflexión el análisis y la crítica en un contexto holista.

Para tener una visión más clara y precisa de cómo se abordará el problema a resolver se plantea el siguiente modelo (figura 1.1.) de la investigación planteada con enfoque cualitativo.

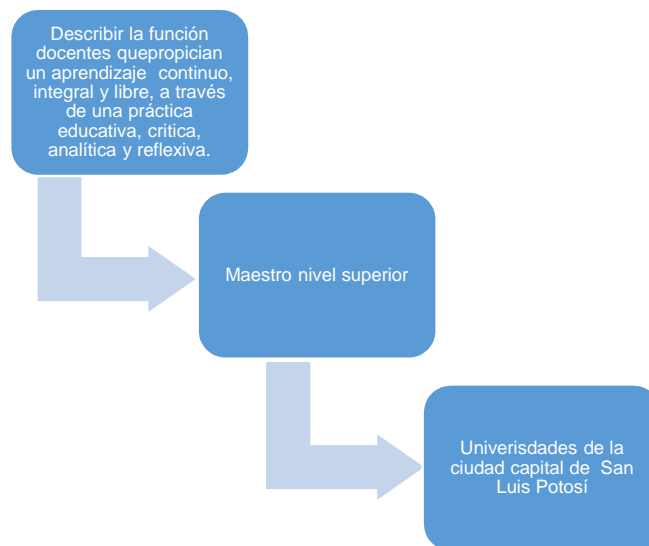


Figura 1. Modelo de planteamiento del problema

Fuente: Elaboración propia con base en Metodología de la investigación (2010 p. 369).

MARCO DE REFERENCIA TEÓRICA

La revisión de la literatura tiene como finalidad mejorar el entendimiento de los datos y profundizar las interpretaciones (Hernández, et al 2010). Por tal motivo, los resultados de la búsqueda de información que ya existe se muestran en el siguiente apartado, la cual se revisa con el objetivo de analizar los elementos más importantes para la investigación.

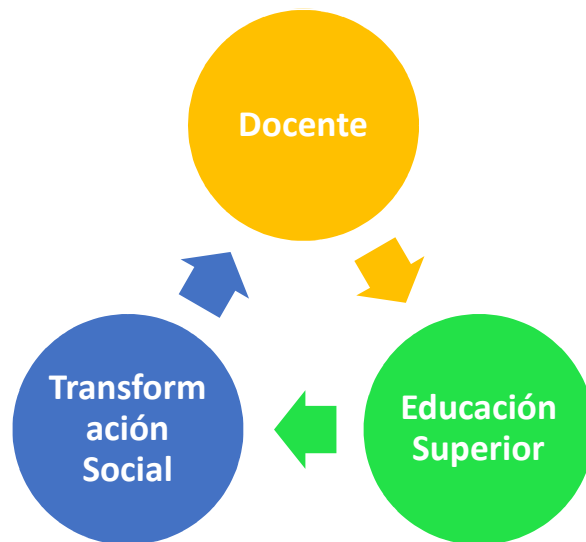


Figura 2. MARCO REFERENCIAL.
Fuente: Elaboración propia

Con la finalidad de tener una visión completa del marco de referencia se crea la figura 2 que plasma la práctica **Docente** en la **Educación Superior** donde se debe propiciar un aprendizaje dinámico, continuo, abierto e integral, y que la institución aporte nuevas soluciones para adaptarlas a las necesidades cambiantes del entorno y sea promotora de cambio y de **transformación social**.

Esta investigación que tiene como objetivo es describir la función docente que propician el proceso de aprendizaje continuo, integral y libre, a través de una práctica educativa, crítica, analítica y reflexiva.

DOCENTE

Citado por (Pérez, 2015), la misión de la educación superior es formar profesionistas, tecnólogos, científicos y humanistas altamente calificados y competentes, que además sean polifacéticos en capacidades genéricas que abarquen diversas disciplinas; sean flexibles ante la diversificación y evolución del mundo laboral; sean creativos y capaces de contribuir a la innovación; puedan hacer frente a las incertidumbres; contar con una formación sólida en los conocimientos y capacidades generales; contar con una actitud positiva para emprender sus propios negocios y empresas, entre otras competencias profesionales, labores y personales.

Por lo tanto, es de suma importancia que las Instituciones de Educación Superior (IES), cuenten con docentes que puedan llevar a cabo las siguientes funciones (ANUIES, 2003):

- Anticipar la pertinencia de los aprendizajes
- Gestionarlos y facilitarlos

- Evaluar competencias
- Crear ambientes para el aprendizaje
- Modificar su práctica de acuerdo con los ritmos y estilos de aprendizajes de los alumnos
- Ser flexible para adaptarse a los cambios

Según (Arlet, 2012), se concibe al docente como “un profesional de la articulación del proceso de enseñanza.-aprendizaje en situación; un profesional de la interacción de las significaciones compartidas”

(Chehaybar & Kuri, 2007) está convencida de que en la actualidad los cambios se gestan en los micro espacios y de ahí trascienden, es en las aulas en donde es posible generar acciones comprometidas y conscientes que permitan alcanzar la calidad en educación superior en ciertos aspectos, coincide con (Rodríguez, 1994) al establecer que:

“no habrá mayor calidad en la educación sino en la medida que es posible modificar el proceso que se realiza en el aula, tanto en lo pedagógico como en la necesaria inversión para un buen desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje”.

Entonces, el Docente pasará de ser simple transmisor de conocimientos a una persona que vaya más allá, que promueva nuevas y mejores estrategias de aprendizaje, que investigue, que reflexione sobre la práctica Docente, que sea capaz de identificar las características de sus estudiantes, que perciba el ambiente

histórico, social, económico y político; que sea un agente de transformación, que sea consciente y comprometido con su ser y hacer tanto profesional como humano y social.

Es por ello, que se requiere establecer un programa de formación Docente, el cual, no solo deben estar centrados en la adquisición de conocimientos propios de una disciplina, a los cuales se les denomina de Formación Profesional, sino también a cursos enfocados a la aplicación de técnicas y metodologías con las cuales se pueden transmitir conocimientos a los estudiantes.

Según (Chehaybar & Kuri, 2007), se busca que el Docente sea capaz de cumplir con sus funciones académicas y áulicas, por lo que los cursos de formación no sólo necesitan “capacitar” al docente para sus funciones “primordiales”, sino promover el conocimiento profundo de la realidad social y educativa con el fin de conformarse de elementos que le permitan enfrentar los nuevos retos que plantea el mundo. Considera que los programas de formación necesitan ofrecer una perspectiva integral de la práctica educativa, en donde se analicen las necesidades y posibilidades de la sociedad, la educación y la docencia, por medio de acciones concretas, directas y funcionales, con un enfoque humanista y filosófico que se vea reflejado en la práctica; elementos que permitirán asumir un rol activo y transformador en los espacios escolares que posibilite gestar cambios a nivel micro que posteriormente puedan trascender.

Según (Camacho, 2014), en los últimos años uno de los medios utilizados para apoyar los programas orientados a mejorar la equidad y el acceso a la educación superior han estado fundamentados en el uso más intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), lo cual ha permitido la expansión del sistema educativo y la posibilidad de mejorar la calidad de vida de los seres humanos, haciendo más plural y democrática la oportunidad de formarse en el nivel avanzado.

Es por tal motivo, que los Docentes requieren obtener las competencias en el manejo de las TIC's, para fortalecer los conocimientos de sus estudiantes y lograr que la enseñanza de las asignaturas sea eficaz.

(Albornoz, 2002), cita a (En Casas & Stojanovic, 2013), el cual afirma que la innovación se convierte en la base de la sociedad del conocimiento, además de ser uno de los motores de la globalización y que para que el desarrollo social y humano sea sostenible la innovación debe regirse por valores éticos y morales.

(Chiavenato, 2002), considera que “mediante el desarrollo de competencias la persona puede asimilar información, aprender habilidades, desarrollar actitudes y comportamientos diferentes y comprender conceptos abstractos”.

Plantea el desarrollo de competencias basado en un modelo de cuatro etapas:

- La de transmisión de información, mediante la cual se pretende aumentar el conocimiento de las personas.

- El desarrollo de habilidades y destrezas con el propósito de mejorarlas.
- El desarrollo de actitudes, con el fin de desarrollar o modificar comportamientos.
- El desarrollo de conceptos, que busca elevar el nivel de abstracción.

(Camacho, 2014) Entiende que para enfrentar con éxito profesional los desafíos del mundo moderno se requiere desarrollar competencias durables, el conocimiento, la perspectiva y la actitud.

Por otra parte, (Gallart & Jacinto, 1995) presentan su conceptualización de competencia como el “conjunto de saberes puestos en juego por los trabajadores para resolver situaciones concretas de trabajo”.

(LevyLevoyer, 2002) Afirma que competencia se refiere a “repertorios de comportamientos que algunas personas dominan mejor que otras, lo que las hace eficaces en una situación determinada (...); ponen en práctica, de forma integrada aptitudes, rasgos de personalidad y conocimientos adquiridos”.

Según la definición de (Escudero, 2006) se entiende por competencia docente el “conjunto de valores, creencias y compromisos, conocimientos, capacidades y actitudes que los docentes, tanto a título personal como colectivo (formando parte de grupos de trabajo e instituciones educativas) habrían de adquirir y en las que

crecer para aportar su cuota de responsabilidad a garantizar una buena educación para todos”

(Hellriegel & Slocum, 2005), presentan cinco tipos de competencias básicas:

- Competencias técnicas: Capacidad de aplicar métodos, procedimientos y técnicas específicas en un campo especializado.
- Competencias interpersonales: Capacidad individual para dirigir, motivar, resolver conflictos y trabajar con los demás.
- Competencias de conceptualización: Capacidad para percibir un problema, asunto u organización como un todo.
- Competencias de comunicación: Capacidad para la emisión y la recepción de información, ideas, opiniones y actitudes.
- Competencias de razonamiento crítico: Consideración minuciosa de las implicaciones de todos los elementos conocidos de un problema.

El objetivo político era que, si la educación superior constituye un bien social, si la formación especializada constituye un valor económico necesario, sería preciso abrir la universidad a todas las capas sociales.

(Zabalza, 2007), ha investigado sobre la situación de la Educación Superior, describe el fenómeno y los efectos que han tenido en la actualidad: Llegada de grupos de estudiantes cada vez más heterogéneos en cuanto a la capacidad

intelectual, preparación académica, motivación, expectativas y recursos económicos.

De acuerdo a (Abanades Sánchez, 2016), los Docentes de Educación Superior, deben considerar en su currículo los siguientes aspectos:

Formación:

Para (Buckley & Caple, 1991), la formación tiene que ver con aprendizajes y experiencias planificadas para conseguir la actuación adecuada en una actividad o conjunto de actividades, mientras que la educación tiene que verse, más bien, como el proceso destinado a asimilar y desarrollar conocimientos, técnicas y valores, que llevarían a una capacitación más general.

La formación sería un proceso más mecánico y en el que buscan aprendizajes uniformes a través de prácticas repetidas. Por el contrario, la educación aparece como un proceso más abierto, menos estandarizable y más orientado a afectar a la dimensión personal de los sujetos.

Competencias:

Las destrezas suficientes dentro y fuera del aula, que posea conocimientos de competencias emocionales que le ayuden a gestionar y mediar con el alumno tan exigente y diverso existente en las aulas que utilicen la inteligencia emocional dentro

del aula, para poder controlar emociones, utilizar la intuición y desarrollar una buena acción en el proceso de enseñanza.

(Shulman, 1987) destaca en su modelo de razonamiento y acción pedagógica la necesidad de: comprender el entorno y lo que ha de enseñarse, transformándolo preparándolo, representándolo, seleccionándolo y adaptándolo; instruir, evaluar, reflexionar y formar nuevas ideas.

Afirma que estos procesos requerían de siete clases de conocimientos:

- Conocimiento de los contenidos de materia.
- Conocimiento pedagógico general: conocimiento de los principios y estrategias con respecto al currículo y a la dirección de la clase, en general.
- Conocimiento curricular: conocimiento de los materiales y programas que constituyen las herramientas del oficio.
- Conocimientos de los contenidos pedagógicos: una amalgama especial de contenido y pedagogía... la propia forma especial de comprensión profesional de los docentes.
- Conocimiento de los aprendices y de sus características.
- Conocimiento de los contextos educativos, de las características y efectos de los grupos, las clases, la administración, las comunidades y culturas.
- Conocimiento de los fines, propósitos y valores educativos y sus fundamentos filosóficos e históricos (Shulman, 1987).

Para (Zabalza, 2007) las relaciones interpersonales constituyen un componente básico de las diversas competencias. La extendida idea de que enseñar es transmitir conocimientos, resulta claramente insuficiente para reflejar la riqueza y variedad de los intercambios que se producen del proceso de relación profesores-alumnos.

Para (Knight, 2005), el aprendizaje para el docente, no solo llega de la formación sino también de la experiencia.

EDUCACIÓN SUPERIOR

El análisis de la política planteada por el Programa Sectorial de Educación 2013-2018 establece que la educación superior debe:

“Estar orientada al logro de las competencias que se requieren para el desarrollo democrático, social y económico del país. Es en la educación superior que cada estudiante debe lograr un sólido dominio de las disciplinas y valores correspondientes a las distintas profesiones”.

Asimismo, menciona que “La diversificación del sistema de educación superior y su amplia presencia en las distintas regiones son condiciones que favorecen la pertinencia de la educación superior, para hacer una contribución creciente al

mejoramiento social y el aumento en la productividad necesario para mejorar la competitividad de la economía mexicana.”

De lo anterior se deriva que México necesita de profesionales especializados con una cultura emprendedora que fortalezcan la economía y aumentar la productividad y competitividad; así como Instituciones de Educación Superior capaces de aplicar e innovar los conocimientos para así lograr una transformación social de nuestro país.

Actualmente, existen aproximadamente siete mil instituciones educativas distribuidas en el territorio nacional. Aun así, la formación de profesionistas es insuficiente para lograr la transformación de México propuesta en el PND 2013-2018.

Por ello, el Programa Sectorial de Educación 2013-2018 propone aumentar tanto la oferta como la pertinencia de la educación superior: la meta será elevar la cobertura hasta llegar a 40 por ciento en el 2018.

Las instituciones de educación superior permitirán a los egresados dar respuesta a las necesidades cambiantes del entorno regional y nacional. Asimismo, con la colaboración del CONACYT, este programa propone impulsar la educación y la investigación científica y tecnológica en las instituciones de educación superior y centro públicos de investigación, y propiciar la generación y aplicación del

conocimiento para desarrollar las innovaciones necesarias para la transformación del país.

En este sentido, se concibe a la educación superior como una forma estratégica que ayudará al desarrollo de aspectos fundamentales para el país, como: fortalecer la cultura emprendedora y aumentar la competitividad y el empleo requeridos en el marco de una economía basada en el conocimiento.

Para lograrlo, la educación superior debe ser integral, es decir, desarrollar la cultura, las artes, el deporte y de esta forma aumentar las potencialidades de los estudiantes como elementos de cohesión social dentro del marco de la práctica docente.

La educación debe tener una visión holista, como lo menciona (Gallegos Nava, 2001), que se basa en la integración del conocimiento: ciencia, arte, espiritualidad y tradiciones que se articulan para crear una cultura de la sabiduría y superar la fragmentación del conocimiento expresado en las disciplinas académicas.

Asimismo, indica que la educación holista no son solo aspectos intelectuales y vocaciones del desarrollo humano los que necesitan orientación y cultivo, sino también los aspectos físico, moral, estético, creativo y espiritual.

(Chehaybar & Kuri, 2007) coincide con la postura del Plan Nacional de Educación 2001-2006, ya que establece que una educación de calidad implica el cumplimiento de tres aspectos:

La equidad.

Se refiere a lograr que todos y cada uno de los sujetos tengan las mismas posibilidades de acceso y que puedan concluir sus estudios independientemente de su condición económica, social y geográfica.

La eficacia

Una educación superior eficaz tiene que ver con indicadores:

- Cobertura. Logra absorber el mayor número de estudiantes
- Permanencia. Es la medida en que conserva a los estudiantes en las aulas, propiciando un aprendizaje real y significativo.
- Eficiencia terminal. Corresponde a la medida en que los alumnos concluyan el nivel escolar en los tiempos establecidos para ello, alcanzando los objetivos planteados.

La pertinencia

- Una Educación Superior es pertinente, si responde a las necesidades que presenta el momento socio-histórico, político y económico que el país atraviesa, así como a las exigencias que plantea la sociedad.

- Que los contenidos curriculares correspondientes a cada una de las carreras que se imparten, cuenten con planes de estudio adecuados a la formación profesional.

TRANSFORMACIÓN SOCIAL

Antes de definir Transformación Social, es importante considerar el concepto de “Institución Social”, donde (Herrera Gómez & Jaime Castillo) cita a (Gallino, 1993), el cual indica que:

“Una definición del término institución generalmente comporta la idea de complejos normativos que regulan los comportamientos de los individuos aludiendo a aspectos relevantes de la vida social, reduciendo las alternativas abiertas a los sujetos, y con ello la complejidad y la contingencia de la sociedad”.

(Mejía Builes, Muñoz Arango, & Moreno Carmona, 2015) Menciona que la universidad son los escenarios en los que se mantienen las maneras de ver el mundo y las formas de relacionarse con este y con los otros. Por tanto, se hace necesario generar espacios reflexivos sobre los modos como se orienta la educación y sus consecuencias a nivel social, de manera que no solo se ocupen de necesidades inmediatas que no propenden por la transformación de los individuos ni de los escenarios escolares, sino que se proponga la construcción de procesos

que tengan continuidad en el tiempo, respondan a los movimientos de los contextos sociales y consideren las voces de los miembros de las comunidades educativas.

Lo anterior significa que las instituciones que imparten Educación, como establece (PAU & Corporate, 2017) que la educación es un canal privilegiado para generar cambios sostenibles en la sociedad, tanto a nivel de conocimientos como de comportamientos.

Asimismo, menciona que un proyecto educativo excelente se debe presentar como un motor de transformación social. La estrategia educativa debe ser mucho más ambiciosa, buscando contribuir de manera más explícita y efectiva al desarrollo integral de los ciudadanos y ciudadanas.

(PAU & Corporate, 2017) También indica, que este tipo de proyectos se puede desarrollar tanto dentro de la escuela como fuera de ella, involucrando a la comunidad en un único esfuerzo integrador y creador de valores fomentando la solidaridad y responsabilidad individual y colectiva del alumno, tanto en el aula como en la comunidad donde vive. Cuando aspiramos a estos objetivos, la creatividad, el espíritu emprendedor, el pensamiento crítico, analítico y la colaboración y participación conjunta, flexibilidad, visión de futuro, iniciativa, capacidad de idear soluciones innovadoras.

De tal forma, que la relación entre **Docente - Educación Superior-Transformación Social**, están estrechamente relacionados y que contribuirán a la formación de profesionistas autónomos con una vida plena.

En este contexto de transformación, la educación representa una oportunidad para desarrollar la creatividad y el emprendimiento. (Oppenheimer, 2010), cuestiona a Bill Gates sobre ¿Qué deberían hacer los países latinoamericanos para estimular la innovación? y su respuesta se centró en el mejoramiento de la calidad de la educación.

De igual forma, (PAU & Corporate, 2017) también con su aportación muy acertada menciona que: al emprender para la educación estamos contribuyendo al cambio social. Se comparten retos y se aportan nuevas soluciones, que se evalúan para adaptarlas a las necesidades cambiantes del entorno. Por eso, en el proceso de transformación y mejora en el que nos encontramos, los proyectos educativos adquieren una nueva importancia.

De esta manera la escuela pública podrá fortalecer su compromiso con los aprendizajes de los alumnos, y desempeñarse como promotora de cambio y de transformación social.

Bajo el contexto anterior, en una revisión de la política proyectada por la Secretaría de Educación Pública en México, a través del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y en conjunto con el Programa Sectorial de Educación 2013-2018, menciona que: El país requiere profesionales especializados que impulsen el desarrollo económico y social. Por ello, este Programa propone aumentar tanto la oferta como la pertinencia de la educación superior: la meta será elevar la cobertura hasta llegar a 40 por ciento en el 2018. Para mejorar los resultados, se impulsarán los

mecanismos de aseguramiento de calidad, se fortalecerá la formación del personal académico y se propiciará una mayor vinculación con el sistema productivo.

De igual forma este Programa se compromete a que: Las instituciones de educación superior fortalecerán la formación de profesionistas capaces de generar, aplicar e innovar conocimientos de la ciencia y la tecnología, académicamente pertinentes y socialmente relevantes con el propósito de consolidar un sistema nacional de educación superior con proyección y competitividad internacional, que permita a los egresados dar respuesta a las necesidades cambiantes del entorno regional y nacional.

Dicha propuesta se establece en el **Objetivo 6. Impulsar la educación científica y tecnológica como elemento indispensable para la transformación de México en una sociedad del conocimiento.**

Una nación puede progresar cuando es capaz de comprender su situación y su entorno, y a partir de ello crear conocimiento y aprovecharlo para su desarrollo económico y social de manera sostenible.

Para cumplir con este objetivo, se establecen varias estrategias y líneas de acción para el logro del objetivo de impulsar la educación científica y tecnológica como elemento indispensable para la transformación de México en una sociedad del conocimiento, en las cuales están orientadas principalmente a promover en la educación la generación, difusión y uso de conocimiento para el desarrollo económico y social sostenible.

Por otro lado, (Ornelas, 1995) indica que: El país enfrenta ahora una posición delicada debido a la apertura económica y se necesitan cientos de miles de trabajadores competentes, motivados para realizar labores novedosas, sin sujetarse a horarios fijos, innovadores, curiosos, inconformes y críticos de la realidad y dispuestos a transformar la sociedad.

Lo cual demanda una reforma profunda de la orientación y la estructura del currículo, así como de los métodos de enseñanza. Esto representa un reto formidable que exige energías, experimentos, tesón, recursos y nuevas ideas, así como la acción determinante del Estado para modificar las pautas de la demanda social por estudios profesionales, moderar los efectos negativos del mercado.

DISEÑO METODOLÓGICO

El diseño metodológico que se plantea es de tipo cualitativo, interpretativo y descriptivo, (Hernández , Fernandez, & Baptista , 2010) para la recolección de la información se realizara una revisión documental, además se llevara a cabo entrevista abiertas a dos grupos focales uno integrado por maestros que se caracterizan por tener prácticas educativas que propician un aprendizaje continuo y libre a través de un análisis reflexivo y crítico, y el segundo formado por alumnos del Instituto Tecnológico de San Luis Potosí.

BIBLIOGRAFÍA

- Donoso , R. A. (2016). Educación y transformación social en el pensamiento latinoamericano . México: Cuadernos Americanos 155 .
- Moreno , D. A. (2014). Educación y transformación social Construyendo una ciudadanía crítica. Valparaíso Chile: Ediciones Universitarias de Valparaíso.
- Abanades Sánchez, M. (2016). Nuevo perfil del docente en la educación: formación, competencias
- Albornoz, M. (2002). La universidad ante la innovación. (Ponencia).
- ANUIES. (2003). Documento estratégico para la innovación de la educación superior, México, ANUIES-UPN. México: ANUIES.
- Arlet, M. (2012). La competencia del maestro profesional o la importancia de analizar las prácticas, en L. Paquay et al. (coords.). La formación profesional del maestro. Estrategias y competencias. México, FCE, 2012 pp. 33-54. México: FCE.
- Buckley, R., & Caple, J. (1991). La formación: teoría y práctica. Madrid, España: Díaz de Santos.
- Camacho, L. (2014). Nuevos roles de los docentes en educación superior: Hacia un nuevo perfil y modelo de competencias con integración de las TIC. Redalyc, 601-640. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87032685003>

- Chehaybar, E., & Kuri, E. (2007). Reflexiones sobre el papel del docente en la calidad educativa. *Reencuentro Análisis de Problemas Universitarios*. 100-106.
- Chehaybar, E., & Kuri, E. (2007). Reflexiones sobre el papel del docente en la calidad educativa. *Reencuentro análisis de Problemas Universitarios*. 100-106.
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del talento humano*. Bogotá. McGrawHill Interamericana.
- En Casas, M., & Stojanovic, L. (2013). Innovación en la universidad iberoamericana. *Revista de la Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*, 61-74.
- Escudero, J. (2006). *La formación del profesorado y la garantía del derecho a una buena educación para todos*. Barcelona: Octaedro.
- Gallart , M., & Jacinto, C. (1995). Competencias laborales: tema clave en la articulación educación trabajo. *Boletín de la Red Latinoamericana de Educación y trabajo*, 6.
- Gallegos Nava, R. (2001). *Educación Holista*. Guadalajara. Jalisco: Royal Litographics, S.A. de C.V.
- Gallino, L. (1993). *Dizionario di sociologia*. Turín: Utet.
- Hellriegel, D., & Slocum, J. (2005). *Comportamiento Organizacional*. México: Thomson Editores.

- Hernández , S. R., Fernandez, C. C., & Baptista , L. P. (2010). Metodología de la investigación . México: Mc Graw Hill.
- Herrera Gómez, M., & Jaime Castillo, A. (s.f.). Generación y transformación de las instituciones sociales: los procesos morfoestáticos y los procesos morfogenéticos. Redalyc.
- Knight, P. (2005). El profesorado de educación superior: formación para la excelencia. Narcea.
- LevyLevoyer, C. (2002). Gestión de las competencias, cómo analizarlas, cómo evaluarlas, cómo desarrollarlas. Barcelona: Gestión 2000.
- Martín, D., & Boeck, K. (1997). ¿Qué es la inteligencia emocional? Madrid, España: Ibérica Grafic.
- Mejía Builes, B., Muñoz Arango, C., & Moreno Carmona, N. (2015). Otra mirada a la escuela: transformación necesaria para el siglo XXI. Revista Colombiana de Ciencias Sociales, 136-157.
- Oppenheimer, A. (2010). Basta de historias. La obsesión latinoamericana con el pasado y las 12 claves del futuro. México: Drokerz Impresiones de México S.A de C.V.
- Ornelas, C. (1995). La educación superior mexicana. Los desafíos de la economía abierta. Perfiles educativos, 70.
- PAU, E., & Corporate, E. C. (2017). La educación como eje de transformación social. PAU Education .

Pérez, O. M. (2015). ¿Quién es el docente universitario de la educación normal?
Redalyc, 119-138.

Rodríguez, E. (1994). Criterios de análisis de la calidad en el sistema escolar y sus
dimensiones. 50.

Shulman, L. (1987). Knowledge and teaching: Foundations of the new reform.
Harvard educational review Vol. 57, 1-23.

Zabalza, M. (2007). Competencia docentes del profesorado univerritario: calidad y
desarrollo profesional. Narcea.

Las escuelas normales formadoras de docentes. De su institucionalización a la desinstitucionalización y la ambigüedad organizativa

Modalidad: Protocolo de Investigación

Rita Lucero Cruz Rodríguez

Universidad Autónoma Metropolitana

San Rafael Atlixco No. 186, Col. Vicentina, Iztapalapa, 09340 México/Ciudad de México

Las escuelas normales formadoras de docentes. De su institucionalización a la desinstitucionalización y la ambigüedad organizativa

Resumen

Las Escuelas Normales, como instituciones dedicadas a la formación de docentes de nivel básico, cuentan con una historia y trayectoria relevante a nivel nacional e internacional; diversos países, entre ellos Francia, Prusia, Bélgica, Japón, China, Alemania, Estados Unidos, México, adoptaron este modelo de formación como estrategia para garantizar su cobertura y calidad educativa. Dicho tipo de escuelas, transitaron por un proceso de institucionalización que, finalmente las condujo a ser legitimadas política y socialmente, junto con ello, la labor docente adquirió un carácter dogmático. La presente propuesta de investigación busca mirar a las Escuelas Normales desde la perspectiva institucionalista, pues si bien ellas han transitado por un emergencia esperanzadora ante la promesa de lograr una educación para todos y en contra de la ignorancia y la opresión, detonando en su institucionalización como escuelas del magisterio; quizás la falta de dinamismo y adaptación o la adopción de cambios isomórficos miméticos, las condujo a perder su identidad y con ello, a una fuerte crisis, y finalmente, a su desaparición o absorción de parte de las universidades en muchos países; mientras que en los que decidieron su conservación (en específico México), pareciera que definitivamente se les está orillando a una deslegitimación y lenta desinstitucionalización. Ahora, las escuelas normales en México se encuentran funcionando en total ambigüedad, en donde los objetivos que éstas persiguen parecen no ser claros e incluso pudieran ser catalogados como contrarios a las políticas públicas en materia educativa, han sido las múltiples reformas educativas, las campañas de desprestigio docente, los ataques directos a este tipo de escuelas y el olvido o descuido político para con ellas, lo que probablemente, paulatinamente las ha llevado a enfrentar tal situación. Así en el presente documento se abordan elementos básicos para dicho estudio, tales como los objetivos específicos, el marco de referencia que versa en aspectos históricos de la Educación Normal y el institucionalismo, enfatizando en los procesos isomórficos de cambio, la legitimidad en las instituciones y la desinstitucionalización; sugiriendo finalmente una metodología enfocada en el estudio del caso concreto de la Escuela Normal Superior de México, que se piensa, ofrecerá información importante para el análisis del acontecer organizacional en este tipo de escuelas.

Palabras clave

Reforma educativa, política y gestión pública, sociedad.

Introducción

La escuela en general puede ser considerada como una de las organizaciones más grandes y antiguas; lugar en donde interactúan gran cantidad de personas, se emprenden diversos procesos, se ponen en juego variadas estrategias, se hace uso de múltiples recursos, se construye en el día a día una cultura distintiva, se institucionalizan prácticas y permea la utilización del poder como medio para que, en sus diferentes niveles, muchas cosas funcionen, etc.

La escuela, en sus diferentes dimensiones y niveles educativos, a través sus procesos de institucionalización, se convierte entonces en una institución primordial de la vida política, económica y social de un país. Así, el tipo de ideología, conocimientos, habilidades y valores que se desea sean reproducidos en una nación, son impulsados en los habitantes por medio de la educación, al interior de las escuelas mayoritariamente de educación básica, con la idea de “hacer de los niños y adolescentes, los ciudadanos que el país demanda”.

De esta manera, las instituciones educativas de nivel básico, traducidas en escuelas preescolares, primarias y secundarias; se convierten en elementos clave del acontecer educativo nacional e internacional. Aunado a ello, el estudio de la función y formación docente recobra transcendencia y relevancia en este tipo de organizaciones, debido al rol que juega el profesor en el funcionamiento y supervivencia de estas.

Mientras tanto, detrás del magisterio no sólo mexicano sino también de diferentes países, se haya presente toda una tradición formativa que se materializó en las Escuelas Normales.

Si bien las Escuelas Normales tienen su origen en territorio francés alrededor de 1684, pronto se extendieron por Alemania, Prusia, Bélgica, China, Rusia, Estados Unidos, Japón, Argentina, Chile, Brasil y por su puesto México, entre otros. Todas ellas surgidas bajo la idea de formar docentes en “el arte de enseñar”, con los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para ello.

En México, es hasta el gobierno de Álvaro Obregón, que, en los años 80's, se funda la primera Escuela Normal, después de varios intentos por crear un tipo de institución formadora de docentes, transitando por múltiples enfoque y programas, pero es hasta los años 90's que, finalmente, se le adjudica el carácter de escuela superior.

Pronto, las escuelas normales comenzaron a extenderse e institucionalizarse como las principales escuelas formadoras de docentes y con ello, el sentido social hacia las mismas creció notablemente; la labor del profesorado finalmente adquirió gran prestigio. Se edificaron así, este tipo de instituciones, por todo el territorio mexicano e incluso se construyeron no sólo desde el financiamiento de la educación pública, sino que, además, se otorgaron concesiones al sector privado, para su instauración. Las políticas públicas de ese momento centraban su atención en este tipo de escuelas como proyecto de nación, extendiéndose también rápidamente a zonas

rurales, con la intención de formar profesionales que contribuyeran a las metas alfabetizadoras de la época.

Las Escuelas Normales, se convirtieron entonces en el anhelo y orgullo de muchos; pues, además, en especial en las zonas rurales, atendían al deseo de estudiar y contribuir con su pueblo, ante la escasez y lejanía de las universidades. Por lo tanto, paulatinamente lograron su legitimidad no sólo política sino además social, como las dedicadas única y exclusivamente a la formación del magisterio mexicano. Los egresados y catedráticos demostraban una arraigada identidad, que fue construyéndose e institucionalizándose históricamente.

Las escuelas normales, cumplieron en tal sentido, las condiciones para la institucionalización mencionadas por Broom y Selznick (1995), pues se trataba de la emergencia de un modelo minuciosamente ordenado y caracterizado, además de socialmente integrado, “...*alejado de actividades: inestables, libremente organizadas, o técnicas estrechas*” (p. 238). Construyeron toda una estructura de normas, valores, reglas y regulaciones, que además edificó una determinada cultura normalista.

Sin embargo, debido al descuido, su rutinización o quizás su falta de capacidad para adaptarse o incluso su incompatibilidad con los nuevos proyectos sexenales, y probablemente algunos otros motivos más profundos; las Escuelas Normales tuvieron su momento de crisis no sólo nacional sino también a nivel internacional, dando pie a la desaparición de muchas de ellas en diferentes países y su erradicación en algunos otros.

En México, pese al cierre de algunas de estas escuelas normales y, a la sobrevivencia de algunas otras, parece que un proceso de desinstitucionalización comienza a hacerse evidente. Las Escuelas Normales, iniciaron poco a poco a perder legitimidad tanto política como social y con ello, quizás su sobrevivencia se torne riesgosa.

Se desconoce con exactitud cuáles fueron los eventos o argumentos que las pudieran estar llevando a su desinstitucionalización; se piensa que fueron las constantes reformas educativas a nivel básico que no se vincularon con la formación docente que estas organizaciones ofrecían, quizás la desprofesionalización del trabajo docente, la deslegitimación y el desprestigio docente, las luchas entre sindicatos, los nuevos intereses políticos, etc. Lo real es que a simple vista se evidencia un cambio organizacional, que pareciera estar enfocado hacia la desinstitucionalización. Ejemplo de ello, cualquier profesional en diversas disciplinas puede ser docente bajo condición de aprobar un examen de ingreso, cada vez es más común los titulares periodísticos apuntando a estas organizaciones como “escuelas formadoras de guerrilleros”, con mayor frecuencia pocas personas conocen o saben sobre la existencia de ellas, reducciones en aspirantes y por lo tanto en estudiantes, bajos niveles de eficiencia terminar y altos porcentajes de deserción, entre otros.

Ahora estas instituciones, pudieran estar operando bajo una gran ambigüedad, en donde sus objetivos son difusos, confusos y hasta contradictorios; planteándose así, la necesidad de reformularse y cambiar o en su defecto, aceptar su fin.

En tal sentido, pensar en las Escuelas Normales, invita a ser sensibles ante la poca investigación que se ha hecho en torno a ellas, aun cuando cuentan con una historia inminentemente rica. Es necesario indagar en torno a estas organizaciones no sólo por su historia, sino por su trascendencia y lo que han representado para nuestro país en materia política, educativa y social.

Sin embargo, aquí se propone su investigación con una mirada particular; se plantea desde una perspectiva organizacional, que se cree, nos posibilitará en mayor medida su estudio y comprensión.

Es interés de esta investigación, por lo tanto, estudiar los procesos de institucionalización, por los que transitaron las Escuelas Normales como formadoras de docentes; para posteriormente abordar lo que se ha considerado época de crisis, cambio organizacional y posiblemente, desinstitucionalización.

De tal forma que se plantea como problema a indagar, cuáles son los elementos tanto políticos como sociales, que dan cuenta de un proceso de institucionalización-desinstitucionalización de las Escuelas Normales y cuál es su trascendencia para los docentes formados y formadores de estas organizaciones.

Desglosando también cuestionamientos como los siguientes:

¿Cuáles fueron, desde una mirada del Nuevo Institucionalismo Sociológico, los eventos desencadenantes tanto de institucionalización, como de desinstitucionalización de las Escuelas Normales?

¿Cuáles son los mitos racionalizados, de los actores tanto internos como externos a la institución, que se hallan vinculados a tales procesos?

¿Cómo se significa la función docente desde la institucionalización y luego, desde la desinstitucionalización?

¿Cuál es la perspectiva de los egresados y estudiantes, sobre su futuro profesional?

¿Cómo el cambio organizacional, desde el isomorfismo, por ejemplo, coercitivo; puede ser de utilidad para comprender la situación actual de las escuelas normales?

Objetivo de la investigación

Como objetivo primordial de la investigación, se propone el estudio de los procesos de institucionalización/desinstitucionalización de las Escuelas Normales y su relación con los mitos racionalizados que los integrantes de esta comunidad estructuran en función de las diferentes etapas del normalismo y quizás del propio cambio organizacional, así como su impacto en la vida política, social y educativa de nuestro país.

Como objetivos específicos de la investigación se contemplan los siguientes:

* Identificar e interpretar los aspectos que dan cuenta de la institucionalización y desinstitucionalización de las Escuelas Normales, visualizándolos en tres niveles: aspectos simbólicos, sociales y políticos. Rescatando aquellos eventos que pudieran categorizarse como detonadores de una probable desinstitucionalización.

* Explorar y analizar los mitos racionalizados que subyacen en los docentes que son o fueron formados en estas organizaciones, así como la significación de su profesión, el futuro laboral y su vinculación con un proceso de desinstitucionalización.

* Revelar las implicaciones de la institucionalización/desinstitucionalización de las Escuelas Normales, en el desarrollo educativo de una nación.

* Estudiar y explicar el cambio organizacional en las escuelas normales, desde los niveles de isomorfismo que de ella emanan.

* Comprender y resaltar la trascendencia de los EO en el análisis de fenómenos educativos.

Marco teórico de referencia

La conformación de las Escuelas Normales no fue un evento espontáneo o casual, sino que, por el contrario, fue plasmándose su necesidad, desde el momento en que las concepciones de educación fueron evolucionando.

Recordemos así que la educación en México, impartida no sólo desde el seno de la familia sino además por instituciones controladas por el Estado, se remonta

hasta los Aztecas con escuelas como el Telpochcalli, Calmécac y Cuicacalli. Sin embargo, se trataba de instituciones no precisamente del pueblo, sino para las clases dominantes, en donde eran transmitidos conocimientos especializados; cuyos maestros no habían sido formados en espacios específicos, pues bastaba en ocasiones con dedicarse al sacerdocio para legitimar la función de guía, de maestro.

Ya durante la Nueva España, lo prioritario para los colonizadores era imponer una cultura y creencias específicas, para lo cual las instituciones educativas sirvieron como vehículo. Se instauró a través de la educación un sistema para instruir, castellanizar, evangelizar y cristianizar a los ya colonizados indígenas. En esta época retoman gran relevancia las acciones de los frailes misioneros para tal objetivo.

Sin embargo, es a partir de esta época, que podríamos decir, se sientan las bases de la función docente, pues pese a que la educación aún se encontraba ampliamente segmentada o diferenciada entre nobles y criollos, se instaura además de la educación que se venía impartiendo por sacerdotes, ahora una nueva forma de concebir a la escuela a través de la laicidad y con ello, la incorporación de maestros particulares, aunque todavía con un sistema clasista.

Se promulga entonces, la primera ley para regular el ejercicio de estos nuevos maestros con el nombre de Las Ordenanzas del Nobilísimo Orden del Arte de

Leer, Escribir y Contar¹, en donde además existía una clara distinción entre la educación que recibían las niñas, pues éstas a diferencia de los niños, no podían decidir ingresar a la educación laica de las escuelas, tenían que conformarse con el adoctrinamiento religioso de parte de monjas o parroquias.

Las condiciones e ideologías sociales determinaron, por lo tanto, las características que debía seguir la educación impartida en el Estado, ya sea a manos de él mismo o de particulares.

Tres circunstancias era claras: la posición de la mujer sobajada ante los hombres, la instauración de un orden religioso por sobre los primeros intentos de laicidad y, la división de clases. Aspectos que fijaron la separación de hombres y mujeres en espacios de adoctrinamiento e instrucción, para impartir los conocimientos que sirvieran para reproducir la ideología de hacer de las mujeres, seres buenos, obedientes, honestos, serviciales, cristianas y honorables madres y esposas, únicamente en algunas ocasiones con las habilidades básicas de lectura y escritura; mientras que para los hombres se instituía la necesidad de mayores habilidades y conocimientos no sólo en lectura y escritura, sino también en ciencias, artes y oficios.

Pese a lo anterior, en realidad no había una formación previa para ejercer como maestro; bastaba con recibir la aprobación del Estado y en especial del clero, para poder ejercer como tal. Permiso que estaba supeditado en la mayoría de los

¹ Algunas de las condiciones de esta ordenanza eran: ser español, cristiano viejo, saber leer en romance, saber sumar, restar, multiplicar y medio dividir, enseñar la doctrina cristiana y cumplir con la educación separada (Castillo, 2001)

casos, a la instrucción de la doctrina cristiana, además de en el mejor de los casos, saber leer, escribir y contar.

Ya para el siglo XVIII, comienzan a crearse nuevas instituciones de educación superior, tales como la Escuela de Minería, la Academia de las Nobles Artes, el Colegio de las Vizcaínas, entre otras. Pero no es sino hasta el movimiento de independencia, que se revolucionó la manera de entender a la educación, pues se pretendía que no fuera un beneficio de élites y sí un derecho de todos; aspecto que se enmarcó legalmente bajo la presidencia de José María Morelos y Pavón en la Constitución de Chilpancingo².

Es así como se comienza a reconocer la importancia de la educación en el desarrollo social y se intenta abrir las puertas a todos los ciudadanos para acceder a ellas y ya no únicamente a los nobles. Se pretende enseñar a todos a leer, escribir y contar, además de instruir en universidades ciencias, literatura y bellas artes; aunque aún con tintes religiosos.

Pero sin duda alguna, uno de los grandes aportes de esta época en cuanto a nuestro objeto se refiere, fue la creación, en 1822, de la Compañía Lancasteriana que, ante el inicio de la masificación de la educación, buscaba atender la problemática de falta de maestros. Sin embargo, no se trataba de una institución formadora de maestros, sino más bien un sistema que abogaba por la enseñanza mutua³; no

² En su artículo 39 se estipulaba una instrucción necesaria para todos. Pues se decía que sólo a partir de la educación, una sociedad podría alcanzar la libertad, la igualdad y el progreso.

³ La enseñanza mutua. Conocida como método lancasteriano; consistía en colocar a gran cantidad de niños en una especie de salón y subdividirlos en equipos de 10 personas aproximadamente. Mientras tanto un alumno de cada equipo, aquél que denotara mayores cualidades, era instruido por

obstante, este hecho se constituyó en un parteaguas importante para comenzar a pensar en la necesidad de formar maestros y una institución que se encargara de ello.

En 1833 se crea la Dirección General de Instrucción Pública, lo que posteriormente posibilitó la obligatoriedad y gratuidad de la educación elemental, pero aún se hablaba de una enseñanza libre⁴, para la profesión docente no se requería un título ni requisitos específicos. Siendo hasta 1861 que, bajo el Ministerio de Justicia e Instrucción Pública, se decreta la laicidad de la educación y permite la incorporación de una nueva forma de entender a la educación, pues se habla de la necesidad de que los maestros contaran con habilidades para “el arte de enseñar” y se comenzaron a instaurar cursos de pedagogía para ello.

En 1881, Justo Sierra presentó ante la Cámara de Diputados el proyecto para crear en la capital de México, la Universidad Nacional y como parte de ésta la Escuela Normal y de Altos Estudios, esta última a la que se le asignó la responsabilidad de formar profesores, para lo cual se pretendía establecer cursos de conocimientos pedagógicos, literarios y científicos, además de lenguas indígenas y áreas del saber humano (biológicos, sociológicos y humanos), mediante métodos especialmente experimentales y prácticos.

un maestro para a su vez, enseñar a sus compañeros que compartían la misma edad y el mismo nivel educativo. Se trataba de un eficiente sistema que permitía extender la instrucción a gran cantidad de niños sin la necesidad de muchos maestros.

⁴ Por enseñanza libre se entendía, que casi cualquier persona que así lo quisiera, podía ser considerado libre de fungir como maestro, siempre y cuando contara con las habilidades básicas que regularmente eran de lecto- escritura y algunos conocimientos matemáticos. No se requería una formación específica.

En 1910 se constituyen de manera formal, los objetivos que deberá cumplir la Escuela Normal de Altos Estudios, ubicada en la Ciudad de México, entre ellos:

- 1° perfeccionar, especializándolos y subiéndolos a un nivel superior, estudios que en grados más altos se hagan en las Escuelas Nacionales Preparatorias, de Jurisprudencia, de Medicina, de Ingenieros y de Bellas Artes, o que estén en conexión con ellos;
- 2° Proporcionar a sus alumnos y a sus profesores los medios de llevar a cabo metódicamente investigaciones científicas que sirvan para enriquecer los conocimientos humanos, y
- 3° Formar profesores de las escuelas secundarias y profesionales (Bahena, 1996: 38)

Las bases de una necesidad de formación docente ya estaban sentadas y, el comienzo del normalismo parecía inminente; finalmente bajo decreto del entonces presidente Porfirio Díaz, en la década de los 80's, se establece la Normal de Maestros, dando así inicio al normalismo mexicano⁵, primero con la Escuela Normal Veracruzana y después, con otra en la ahora Ciudad de México, extendiéndose así por todo lo largo y ancho del territorio mexicano, incluidas las zonas rurales del país.

En resumen, es ante el cambio de pensamiento de una educación clasista y eclesiástica a una liberadora y de masas, que se da paso al surgimiento de las escuelas normales, con la intención de homogeneizar la educación de la sociedad y

⁵ Según Guzmán (1986) uno de los primeros países en impulsar la creación de las escuelas normales es Francia, pero retomadas desde modelos de seminarios alemanes, Lakanal, quien se dice, le dio el nombre de Escuela Normal a un centro cuya función sería servir de norma y regla (modelo), a los demás centros que posteriormente se crearían. Mientras en México, bajo el mismo fin, se crea la Escuela Modelo de Orizaba

garantizar la alfabetización del pueblo. No obstante, aún se trataba de una institución con bastante ambigüedad organizativa y en específico con relación a cómo debían ser formados los docentes.

En este sentido, pensar el objeto de estudio desde el ámbito de los Estudios Organizacionales, se considera puede ser de gran utilidad para el estudio y la comprensión del fenómeno, pues ello permitirá una visualización más compleja de la realidad organizacional por la cual se encuentra transitando una de las instituciones más emblemáticas e históricas en cuanto a la formación del magisterio mexicano.

Por lo tanto, se pretende hondar sobre algunos aspectos importantes del Nuevo Institucionalismo como perspectiva de análisis organizacional, considerando que nos encontramos ante una organización que a partir de un largo proceso, logró finalmente su institucionalización, convirtiéndose en una institución de gran relevancia en la formación del magisterio mexicano y por ende, como aquella que estuvo a servicio del Estado involucrándose ampliamente en las esferas educativas de la dinámica nacional.

De esta manera, se propone el análisis de las escuelas normales a través de la perspectiva del nuevo institucionalismo sociológico, pues debido a la naturaleza de nuestro propio objeto, se considera más útil para comprender los procesos de institucionalización que de ella emergieron y en consecuencia, la posible vinculación con elementos de cambio organizacional y/o desinstitucionalización, a raíz de las nuevas políticas públicas imperantes.

Nuevo institucionalismo: una propuesta de análisis organizacional

Debido a la naturaleza del enfoque, según De la Rosa (2002), el Nuevo Institucionalismo, sienta sus antecedentes en las Ciencias Sociales, principalmente en áreas como la economía, las ciencias políticas y por supuesto, la sociología y, a decir de Ibarra (2009), retomando a Scott (1999), surge en la segunda mitad del siglo XX como una herramienta teórica para entender fenómenos sociales y procesos de transformación en las instituciones, principalmente en algunos sectores de la salud y la educación. Así, la intención primaria de esta propuesta teórica es la comprensión de fenómenos que inciden o afectan a las organizaciones; pudiendo rescatar, además, que tienen su origen en el estudio de organizaciones vinculadas directamente al Estado, la gestión pública y el desarrollo social.

Según Hatch (1997), es Phillip Selznick, a quien se le reconoce como impulsor de la denominada teoría institucional; para él, las organizaciones atienden a retos externos a ellas, que pueden ser sociales, económicos e incluso políticos, logrando así adaptarse a las necesidades interiores de la organización, pero también a los requerimientos de la sociedad en general. Se asume al mismo tiempo que, hay una diferencia inminente entre organización e institución; pues se dice que una organización puede, en determinado momento, llegar a institucionalizarse, a través de la sustitución de patrones inestables y ambiguos, por patrones que socialmente se hallan integrados, estables y secuenciales; comprendiendo de esta manera el importante rol que juegan los valores al interior de la cultura organizacional en la institucionalización (Selznick, 1996).

El mismo Selznick (1996), expone que el Nuevo Institucionalismo no debería aceptar centrarse únicamente en la racionalidad, sino que, por el contrario, propone llegar a una explicación más cultural, debido a los valores que como se decía, retoman gran importancia en la institucionalización, mismos que pueden ser modificados o debilitados desde el interior o el exterior de la organización, pues existen en todo momento, presiones externas a la organización. Así, los aspectos culturales de una organización muestran no sólo lo que la organización tiene, sino también lo que en realidad es (Pakanowsky y Putman, 1983).

Es de esta manera, que surge un nuevo enfoque de análisis organizacional, que permite comprender a las instituciones en un sentido más complejo, en donde son retomados como relevantes, aspectos que van más allá de la lógica racional, que a su vez impactan ya sea positiva o negativamente el funcionamiento y prevalencia de una organización.

De acuerdo con Ibarra (2009), el institucionalismo organizacional se caracteriza por puntualizar en ideas normativas, valores y cognitivas; es en este sentido que March y Olsen (1984) manifiestan que es esencial diferenciar entre una lógica instrumental, propia de teorías tradicionales y supuestos racionalistas; y una lógica de lo apropiado que pone en el centro el ambiente cultural próximo, tomando decisiones e incorporando prácticas que se consideran apropiadas y legítimas para su ambiente institucional, dice Ibarra, aun cuando tales prácticas beneficien la eficiencia.

Finalmente, del Nuevo Institucionalismo, se desprenden algunas claras directrices que guían el enfoque y su utilidad de la perspectiva, según el objeto del que se plantee analizar. En función de ello, es que ahora hablamos de tres institucionalismos importantes: el Nuevo Institucionalismo Económico, el Nuevo Institucionalismo Político y el Nuevo Institucionalismo Sociológico.

En consecuencia, si las instituciones son, por decirlo de algún modo más simple, construcciones sociales, materializadas en acuerdos, normas, reglas, valores, etc., que finalmente conforman una cultura organizacional; entonces, debe existir un proceso a través del cual éstas se conforman y, es justamente a este elemento que se hace referencia cuando se habla de institucionalización.

Desde la percepción de Ibarra (2009) *“los procesos de institucionalización tienden a reflejar la historia y los mecanismos de adaptación que tiene una organización con su contexto, de tal manera que cuando llega a adquirir su propia identidad, es cuando se vuelve una institución, es decir, que por sí misma está permeada de valores propios”* (p. 342).

Se subraya entonces, que una organización puede transitar por un proceso de institucionalización, que a través de aspectos tales como la legitimidad, busca convertir a la organización en institución. Y es en el proceso de institucionalización, que recobran sentido aspectos como los “mitos racionalizados” (Meyer y Rowan, 1992) y, los tres tipos de mecanismos de cambio organizacional (Powell y Dimaggio, 1999).

Ahora bien, las organizaciones no son espacios estáticos, sino por el contrario, se convierten en organizaciones flexibles que, a través de la acción social, pueden ser modificadas o transformadas.

Torres (2015), citando a diferentes autores de la teoría institucional, retoma que, al hablar de cambio organizacional, hay que tener presentes tres aspectos fundamentales: 1) Las instituciones no son inmutables, éstas tienden a cambiar con el paso del tiempo en función a elementos tanto externos como internos a ellas; 2) el cambio tiene que ir aumentando paulatinamente, es gradual; y, 3) el cambio es producido no sólo por factores exógenos a la institución, sino también por factores endógenos a ésta.

Por su parte, algunos de los elementos más estudiados en relación con el cambio organizacional, es la incorporación y/o supresión de mitos racionalizados, y el isomorfismo organizacional, aspectos que se abordan muy brevemente a continuación.

En este ámbito, los mitos racionalizados, son ampliamente retomados desde el Nuevo Institucionalismo Sociológico, de quienes se dice, dan legitimidad a las organizaciones.

Se dice también que, para que una organización sea eficiente, al interior de ella se emprenden permanentes procesos de toma de decisiones, que no pueden ser racionales, ni mediante decisiones programadas, pues mencionado por Herbert Simon, como tomadores de decisiones, en realidad no somos capaces de conocer

ni todas las posibilidades ni todas las consecuencias, poseemos en realidad, una racionalidad limitada y es a partir de ella que emprendemos la toma de decisiones en los escenarios necesarios.

Es en este sentido que los mitos racionalizados, son capaces de mostrar como un sistema rígido y racional, no puede ser reducido a una dinámica cuya función sea únicamente coordinar actividades y seguir normas, sino más bien se trata de un sistema de creencias que son compartidas y muestran los dominantes de la organización y la forma en que estos elementos la afectan, pues finalmente, los mitos son originados alrededor de procesos relacionados con la acción colectiva, construyéndose redes de relaciones, prácticas de liderazgo, ejercicio del poder, la cultura, la estrategia, etc.

La institucionalización, por lo tanto, no es una condición que surja de manera premeditada o espontánea, por el contrario, es un proceso complejo en donde intervienen aspectos de interacción social, la racionalización de mitos e incluso eventos de cambio.

Así, por ejemplo, Eisenhardt (1998) en Tolbert y Zucker (1996), asume tres etapas principales hacia la institucionalización:

- 1) habituación cuya condición es la reformulación de arreglos de tipo estructurales, procedimentales y políticos como respuesta a problemas organizacionales.

- 2) subjetivación, etapa a partir de la cual se establece un tipo de acuerdo para la toma de decisiones similares entre organizaciones.

3) la institucionalización, en donde se sedimentan y replican las acciones, estableciendo patrones de toma de decisiones o conductas que se va reproduciendo a través del tiempo y por generaciones, perpetuando así las estructuras organizacionales.

Al mismo tiempo, desde el enfoque del Nuevo Institucionalismo, el isomorfismo se convierte en un proceso a partir del cual, las organizaciones tienden a buscar parecerse a otras del mismo rubro a fin de mantener su legitimidad, la competencia e incluso la permanencia de la organización.

Powell y DiMaggio (1999), identifican tres procesos o mecanismos por medio de los cuales puede darse este proceso de imitación y, por lo tanto, de cambio organizacional: isomorfismo mimético, isomorfismo coercitivo y, el isomorfismo normativo.

Isomorfismo coercitivo

El isomorfismo coercitivo es aquél que resulta de presiones, ya sean formales o informales, que una o varias organizaciones imprimen sobre otra, de las que regularmente dependen y que, al mismo tiempo ejercen influencias culturales para que sean internalizadas y asumidas en pro, frecuentemente, de la eficientización de las organizaciones.

Este tipo de isomorfismo parece estar más presente en organizaciones que no gozan de autonomía y que regularmente son de tipo burocráticas, en donde existe una fuerte estructura en cascada o verticalizada, en donde la utilización de la jerarquización y el poder es la constante.

Un claro ejemplo de este tipo de isomorfismo pueden ser las organizaciones educativas, hablese de escuelas públicas o privadas, de nivel básico, medio superior o superior, ubicadas en la metrópoli o en zonas rurales; finalmente lo que las unifica, es su condición de “escuela”, que, como tales, están destinadas a asumir una estructura específica que es dictada por la Secretaría de Educación Pública como organización reguladora de éstas.

Isomorfismo mimético

En este tipo de isomorfismo, el elemento clave es la incertidumbre como elemento innegable e inevitable de las organizaciones, pues éstas al ser construcciones sociales, en realidad son imperfectas, pues no es posible controlarlas en su totalidad y con tal racionalidad.

Así, este tipo de isomorfismo es el resultado de respuestas que las organizaciones dan de manera estándar, ante la incertidumbre; es decir, ante condiciones dadas de manera intempestiva, una organización puede voltear a ver a otra de igual o similar actividad, que se encuentre transitando o haya transitado por el mismo evento, para después “copiar” las acciones emprendidas por esta última y de tal manera hacer frente a la problemática presentada.

A diferencia del anterior, el isomorfismo mimético parece ser común en organizaciones económicas y/o con fines de comercialización. Por ejemplo, el caso de las industrias de “fast food” o “comida rápida”, que ante las condiciones sociales, que obligaban a las personas a permanecer más tiempo ocupados en sus empleos y/o escuelas, modificaron sus hábitos y ritmos alimenticios, por lo que ya no les era posible, asistir a sus restaurantes favoritos y tomarse el tiempo para esperar la preparación y entrega minuciosa de su alimento, por el contrario, requerían de optimizar tiempos y la espera sentado en un restaurante, esperando por tiempos prolongados su alimento, no era una opción. Los restaurantes pronto disminuyeron sus ventas, mientras que los locales “callejeros” las aumentaban velozmente; el secreto: ofrecer comida de preparación y degustación rápida, además de opciones “para llevar”.

En este sentido, muchos restaurantes se vieron obligados a cambiar, a transformarse para permanecer y crecer.

Isomorfismo normativo

El isomorfismo normativo, se convierte en el elemento de cambio más formalizado, pues se sustenta en aspectos de profesionalización que dan legitimidad a los giros de cada organización, a través de la profesionalización que cada actor tiene a partir del rol o actividad que desempeña.

Se trata, al igual que el isomorfismo coercitivo, de un cambio más bien impuesto desde el exterior, pues ciertamente si una organización carece de legitimidad, se encuentra destinada al fracaso y desaparición.

Ejemplos de este tipo de isomorfismo pueden ser los hospitales, pues claramente para que un hospital funcione y prevalezca, debe garantizar que cuenta con actores profesionalizados en áreas de la medicina y la salud, pues es ello lo que le da sustento y legitimidad a la organización; pero además, es un tipo de organización que exige de sus integrantes, una actualización constante en el ejercicio de sus roles, pues sólo a partir de ello garantizan su eficiencia y por lo tanto, su sobrevivencia.

Legitimidad en las instituciones

Como ya se había mencionado anteriormente, un elemento que permite que una organización logre institucionalizarse y prevalecer en el tiempo como institución, es el grado de legitimidad que posea, pues esto, además de brindar permanencia, determinará su eficiencia.

En función de lo anterior, se podría decir que en general, la legitimidad es un término que se relaciona con el reconocimiento social, el éxito, la eficiencia, la calidad, etc., por lo cual, el reto de toda organización, muy probablemente, sea la legitimidad, pues en la mayoría, sino es que, en todas las ocasiones, de eso depende que siga existiendo.

Desinstitucionalización

Si se piensa que todo o casi todo, tiene su lado opuesto y que una vez más, las instituciones son entidades flexibles y dinámicas que son configuradas de manera

continúa a partir de una construcción social; entonces se puede argumentar que si por un lado tenemos un proceso de institucionalización, seguramente por otro lado habrá un proceso de desinstitucionalización, que al igual que la institucionalización, puede darse a partir de la intervención de actores u organizaciones externas a ella y que es cimentada mediante un cambio organizacional, quizás igual desde los mitos racionalizados y/o elementos isomórficos, pero en los que la diferencia radica en la conducción hacia la pérdida de la legitimidad y con ello, de su institucionalización.

Hablar entonces de desinstitucionalización, se convierte en un término de amplia complejidad y reducido estudio, pues si bien existen autores que han tratado de abordar teóricamente la situación de la crisis o el declive de las instituciones, como por ejemplo Dubet (2006) y Espino (2003); aun el estudio empírico que permita comprender este proceso de desinstitucionalización es muy reducido.

También Alonso en Ibarra (2009), intenta analizar el proceso de institucionalización y desinstitucionalización de la ciudadanía laboral, pero ante la inminente complejidad del término desinstitucionalización, termina asumiendo la idea de desregulación o reconfiguración.

Por su parte Ayala (2003), hace referencia a la crisis y desconfianza en el gobierno al asumir que *“dos hechos resumen sistemáticamente la crisis del Estado: i) el deterioro de la credibilidad y confianza (económica, política y social) de la cual había gozado el Estado para realizar sus funciones clásicas, y ii) el resultado me-*

diocre de la economía (bajo crecimiento, alta inflación, inestabilidad cambiaria, déficit público y comercial crecientes y, por supuesto, una ampliación de la pobreza. (p.109).

A partir de lo anterior, se puede concluir que el término de desinstitucionalización se encuentra ampliamente ligado a aspectos de deslegitimación, crisis, desconfianza, declive, desregulación, entre otros.

Metodología

Paradigma investigativo

Para llevar a cabo la investigación, debido a la naturaleza del objeto de estudio, se ha contemplado centrarnos desde el paradigma cualitativo que nos permita conocer a profundidad la situación organizacional de las Escuelas Normales. Es importante, por un lado, visualizar de manera densa cuales son los elementos que determinaron su institucionalización y en su caso, la desinstitucionalización, para posteriormente conocer y comprender las subjetividades de dichos elementos, desmenuzando mitos racionalizados endógenos y exógenos a la organización: de egresados, estudiantes y catedráticos en torno a la situación de las Escuelas Normales. De esa manera se logrará comprender y explicar la problemática que actualmente enfrentan estas organizaciones y su impacto con el sistema educativo de un país.

En resumen, se determina el empleo de un paradigma explicativo/interpretativo de igual metodología, lo cual será de amplia utilidad para rescatar las implicaciones e interpretaciones que los sujetos dan cuenta con relación al objeto de estudio en particular, para de esta forma recrear el estado actual que guarda el objeto.

Debido a las condiciones anteriores, es necesario enfatizar en el diseño flexible de la investigación, mismo que se podrá ir modificando al paso que emerge cada etapa del estudio.

Método y enfoque teórico de la investigación

Siguiendo la esencia de los Estudios Organizacionales, que apelan más por la especificidad que por la generalidad, se contempla guiar la investigación propuesta en torno al caso concreto de la Escuela Normal Superior de México, ubicada en la Delegación Azcapotzalco, avenida Manuel Salazar 201, Hacienda del Rosario; pues si bien es sólo una sección muy pequeña de todo el universo que conforma la Educación Normal de nuestro país, se piensa que ofrecerá información relevante para conocer y explicar el caso de una de las Escuelas Normales más antiguas e importantes que ha tenido México a lo largo de su historia y probablemente, ello conduzca a visualizar eventos o elementos similares en el resto de las escuelas que conforman este nivel educativo y así acercarnos a un estado más amplio.

Por lo tanto, y debido a la naturaleza propia del fenómeno, se visualiza la utilización de un método descriptivo que permita desde la etnografía, analizar la situación actual de la Escuela Normal Superior de México; al mismo tiempo que se

retoma el interpretativo, para acceder, desde el enfoque organizacional del Nuevo Institucionalismo, a los mitos racionalizados, a la subjetividad, sentidos y significados que subyacen en torno a esta organización.

Técnicas

Según el paradigma y método propuesto, se considera de relevancia la utilización de guiones de observación que permitan recrear la vida cotidiana de estas organizaciones: la vida académica y docente, la utilización de los horarios y espacios, el lenguaje corporal de los actores, la vida política, el diseño organizacional, entre otros aspectos que potencien la comprensión de la realidad organizacional en el día a día.

Se contempla también como parte importante de este acercamiento, la recopilación, lectura y análisis de documentos que identifiquen a la organización: estatutos, reglamentos, misiones, escudos, revistas escolares, memorias y en general, documentos que nos digan “algo” acerca del objeto de estudio, su evolución y su realidad.

Se contemplan entrevistas a profundidad dirigidas principalmente a docentes de la Escuela Normal Superior de México, desde dos categorías: profesores con amplia trayectoria en el ámbito de la educación normal y, profesores de recién ingreso a dicha organización que se piensa, nos acercará a la visualización de las percepciones, historias, e identidades, desde la brecha generacional.

Finalmente, se considera importante la incorporación de encuestas con utilidad cualitativa que permitan la triangulación de información y el acercamiento a los significados de una población más extensa.

Población

Para efectos de la investigación, como se mencionó anteriormente, se priorizará en el estudio de la Escuela Normal superior de México, desde la visión de docentes y alumnos de la Escuela Normal Superior de México.

Recogida de datos que pretende ser emprendida en tres momentos principales:

1.- Durante el mes de septiembre se tendrá un primer acercamiento a la organización de estudio, a fin de valorar la pertinencia, relevancia y factibilidad del estudio. En esta etapa se busca recabar observaciones, documentos y pláticas informales sobre la organización y el tema de investigación.

2.- En el mes de noviembre se comenzará con la descripción y análisis del diseño organizacional y su incidencia en el objeto; así como se trabajará en las primeras entrevistas a profundidad.

3.- El tercer período del estudio, es considerado como el más fuerte de los tres, pues en él, durante el mes de enero se realizará toda la recogida de los guiones de observación, las encuentras y el resto de las entrevistas a profundidad; lo que significa un acercamiento más directo y constante con la organización.

Hasta aquí el trabajo de campo del estudio, que continuará con la sistematización y análisis cualitativo de los datos obtenidos.

Lista de referencias

Alaníz Hernández, C. (2017) Docencia: desafíos de una profesión en construcción.

México: horizontes educativos.

Alaníz Hernández, C., Olivo Pérez, M. y Reyes García, L. (2017) Problemas y retos

de la formación docente. México: horizontes educativos.

Andión Gamboa, M. (2011) Genesis, desarrollo y perspectivas del normalismo

preescolar en México. Revista Reencuentro. Agosto 2011

Andión Gamboa, M. (2011) Genesis, desarrollo y perspectivas del normalismo

preescolar en México. Revista Reencuentro. Agosto 2011.

Ávila Carrillo, E. y Martínez Brizuela, H. (1990) Historia del movimiento magisterial

1910-1989 Democracia y salario. México: ediciones Quinto Sol.

Ayala Espino, J. (2003) Instituciones para mejorar el desarrollo. Un nuevo pacto

social para el crecimiento y el bienestar. México: Fondo de Cultura Económica.

Bahena Salgado, U. (1996) Historia de la Escuela Normal Superior de México. Tomo

1 y 2 México: SEP

Berguer, P. y Luckmann, T. (1968) La construcción social de la realidad. Buenos

Aires: Amorrortu.

Bertussi Teresinha, G. y Villarreal González, R. (2002) Anuario educativo mexicano:

visión retrospectiva. México: UPN.

Broom, L. y Selznick P. (1955) *Sociology: a text with adapted readings*. Harper and Row: New York.

Cárdenas Vázquez, S. Gómez Saavedra, R. González Urrutia, A. Gutiérrez Figueroa, F. Medrano Covarrubias, S. y Ruiz Fernández, C. (1984) *Ciento cincuenta años en la formación de maestros mexicanos*. México: Consejo Nacional Técnico de la Educación.

Castillo Bernal, R. (1978) *La fundación de la escuela normal veracruzana*. México: ediciones Normal Veracruzana

Castillo Bernal, R. (2001) *Prolegómenos de la educación*. México: Normal Superior de México

De la Rosa Albuquerque A. (2002). *Teoría de la organización y nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*. Revista: *Administración y organizaciones*. Julio 2012.

Douglass, C. N. (1993) *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. México: Fondo de Cultura Económica.

Dubet Francois (2006) *El declive de la institución: profesiones, sujetos e individuos en la modernidad*. Barcelona: Gedisa editorial

Esquivel Marín, S. y Escobedo Delgado, M. (2001) *Repensar el normalismo. Una nota histórica sobre expectativas y demandas de la formación docente*: Revista *Caleidoscopio*, Núm. 10.

Excelsior on line (2018). *Asigna SEP las primeras plazas para maestros de inglés en normales*. Diario digital. Extraído el 25 de junio de 2018 en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2018/02/12/1219890>

- Guzmán, M. (1986) Vida y muerte de las escuelas normales: historia de la formación del magisterio básico. Barcelona: promociones y publicaciones universitarias.
- Hannan, Michael, T. y John Freedman (1997) "The population ecology of organizations", en the American Journal of Sociology, Vol. 82, Núm. 5
- Ibarra Colado, E. (2009) Estudios institucionales: caracterización, perspectivas y problemas. La crisis de las instituciones modernas. México: Gedisa editorial
- Larrauri Torroella, R. (2005) La reforma curricular de la educación normal: percepción de un discurso en el Estado de México. Redalyc
- Latapí Sarre, P. (1998) Un siglo de educación en México Vol. I y II. México: Biblioteca mexicana
- March, James G. y Olsen, Johan P. (1997) El redescubrimiento de las Instituciones. La base organizativa de la política, Fondo de cultura económica, Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública.
- Medrano Camacho, V., Ángeles Méndez E. Morales Hernández, M. (2017) La educación normal en México. Elementos para su análisis. México: UNESCO
- Meyer, John W. y Brian Rowan (1977) "Intitucionalized Organizations: Formal structure as myth and ceremony", en the American Journal of sociology, vol. 83 Núm. 2
- Navarrete Cazales, Z. (2015) Formación de profesores en las Escuelas Normales de México. Siglo XX. México: Redalyc.
- Padua J. (1984) Educación, industrialización y progreso técnico en México. México: Colegio de México/ UNESCO

- Pacanowsky, E. y Putnam, L. (1983). *Communication and Organizations. An Interpretive Approach*. Fourth Printing. USA: SAGE Focus edition.
- Peraza Guzmán, A. (2016) *La reforma educativa, realidades y perspectivas. El fracaso del normalismo y la implementación de nuevas políticas en el ejercicio de la docencia en México*. Revista *In Jure Anáhuac Mayab*, Núm. 9 año 5
- Powell, Walter y Paul, Dimaggio (1999) *El nuevo Institucionalismo en el análisis organizacional*, Fondo de cultura económica, Colegio Nacional de Ciencia Políticas y Administración Pública,
- Poy Solano, L. (2010) *Las normales rurales, semillero de guerrilleros*, afirma Gordillo. México: Diario la Jornada. Extraído el 23 de junio de 2018 en: <http://www.jornada.unam.mx/2010/08/06/sociedad/035n1soc>
- SEP (2017) *Estrategia Nacional de inglés*. Extraído el 23 de junio de 2018 en: <https://www.gob.mx/nuevomodeloeducativo/articulos/estrategia-nacional-de-ingles-docentes>
- SEP (2018) *Acuerdo 05/02/2018 por el que se expiden las normas para el ingreso, promoción y otorgamiento de estímulos al personal académico de las escuelas normales y demás para la formación de maestros de educación básica, dependientes de la SEP*. Extraído el 25 de junio de 2018 en: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5514082&fecha=22/02/2018
- Solana, Fernando (1999) *Educación en el siglo XXI*. México: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Tolbert, P. y Zucker, L (1996), "The institutionalization of institutional theory", en Clegg, Stewart R., Cynthia Hardy y Walter R. Nord, *Handbook of Organization studies*, Londres: Sage.

Torres Espinosa, E. (2015) El nuevo institucionalismo: ¿hacia un nuevo paradigma?

México: Redalyc.

Evaluación del Impuesto de Hospedaje: Recaudación y Retorno en la Promoción y Publicidad Turística del Estado de Sonora (2011- 2018)

Modalidad: Protocolo de Investigación

Alfonso Corte López
María Del Rosario Soto Federico
Ciro Moisés Romo Puebla
Rebeca Patricia Grajeda Grajeda
Carlos Jiménez García

Universidad de Sonora
Blvd. Luis Encinas y Rosales S/N, C.P. 83000, Col. Centro, Hermosillo, Sonora,
México

Evaluación del Impuesto de Hospedaje: Recaudación y Retorno en la Promoción y Publicidad Turística del Estado de Sonora (2011- 2018)

Resumen

El presente protocolo pretende investigar el impacto del Impuesto al hospedaje como una contribución fiscal decretada a través de la Ley de Hacienda del Estado de Sonora, México, el cual fue implementado desde el año 2002 para potenciar -a través de la promoción y publicidad turística- el posicionamiento del destino turístico de Sonora, México y por ende incidir en el desarrollo turístico local. A dieciséis años de haberse creado el impuesto al hospedaje en Sonora, se continúan presentando áreas de oportunidad tanto en la recaudación, gestión y aplicación del citado impuesto.

El objetivo es evaluar el mecanismo de la política pública fiscal del impuesto al hospedaje a través del análisis del proceso de recaudación, control y aplicación en la promoción y publicidad turística para Sonora, considerando la gestión del fideicomiso y la incidencia en el posicionamiento del destino turístico de Sonora. La población considerada serán los prestadores de servicios turísticos del Estado de Sonora, y abordar el análisis del impacto generado en los municipios Álamos, Caborca, Cajeme, Guaymas, Navojoa, Nogales, Puerto Peñasco, San Luis Río Colorado y Hermosillo por ser los más representativos de acuerdo al último estudio donde existían las Oficinas de Convenciones y Visitantes. La investigación fue al inicio un estudio de tipo explicativo-exploratorio. Como resultado en una segunda fase se busca obtener información en cuanto a la captación de recursos, asimismo la aplicación y la transparencia que presentan los actores en este trabajo.

Palabras clave: Difusión turística, áreas de oportunidad, transparencia.

Introducción

El Impuesto al Hospedaje una contribución fiscal decretada a través de la Ley de Hacienda del Estado, el cual fue implementado desde el año 2002 para potenciar - a través de la promoción y publicidad turística- el posicionamiento del destino turístico de Sonora y por ende incidir en el desarrollo turístico local.

Los ingresos recaudados del citado impuesto, como se indica en la Ley de Hacienda del Estado en su artículo diez, refiere que: “el 90% de los recursos recaudados serán aportados a los fideicomisos que operan las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV) de las distintas ciudades del Estado o, en caso de que alguna ciudad no cuente con una oficina de tal naturaleza, los recursos serán aportados a un Fideicomiso que para tal efecto se creará por el Ejecutivo Estatal”.

De hecho, las OCV que se cuentan activas en Sonora que se encargan de la promoción de la oferta turística y como actores en el proceso administrativo para ejercer el impuesto de hospedaje a través de un comité técnico se concentran en el siguiente cuadro.

Cuadro 1. Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV) en Sonora

OCV Hermosillo	OCV Caborca	OCV Guaymas-San Carlos	OCV Obregón	OCV Puerto Peñasco
-------------------	----------------	------------------------------	----------------	-----------------------

Fuente: Elaboración propia con cifras del Directorio de las Oficinas de Congresos y Visitantes en el País 2017. Datos obtenidos en el Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos http://www.siiimt.com/wb/siiimt/ocvs_directorio

En retrospectiva, la recaudación del impuesto proviene del servicio de alojamiento que otorgan las personas físicas o morales a través del traslado del impuesto en

mención, es decir, el cobro o cargo que el contribuyente realiza del impuesto establecido a la tasa del 2% sobre el valor de las contraprestaciones, en apego a la Ley de Hacienda del Estado a través del artículo ocho.

En tal sentido, el objetivo en este trabajo de investigación refiere evaluar el mecanismo de la política pública fiscal del impuesto al hospedaje a través del análisis del proceso de recaudación, control y aplicación en la promoción y publicidad turística para Sonora, considerando la gestión del fideicomiso y la incidencia en el posicionamiento del destino turístico de Sonora.

Es de relevancia considerar en este trabajo de investigación que el potencial turístico de Sonora continúa ascendiendo con el privilegio de ubicación geográfica con el que se cuenta; por lo que se hace necesario el ejercer de manera transparente y con requerimientos hacia la innovación el Impuesto por la prestación de servicio de hospedaje.

Para tener una idea del crecimiento de esta actividad, hay que recordar que en el 2013 México ocupaba la posición 15 y sólo recibió 24.2 millones de turistas extranjeros. El gran salto se da en el 2014, cuando se recibe a 29.3 millones de turistas extranjeros que implicó de un año a otro un crecimiento de 21.5 por ciento.

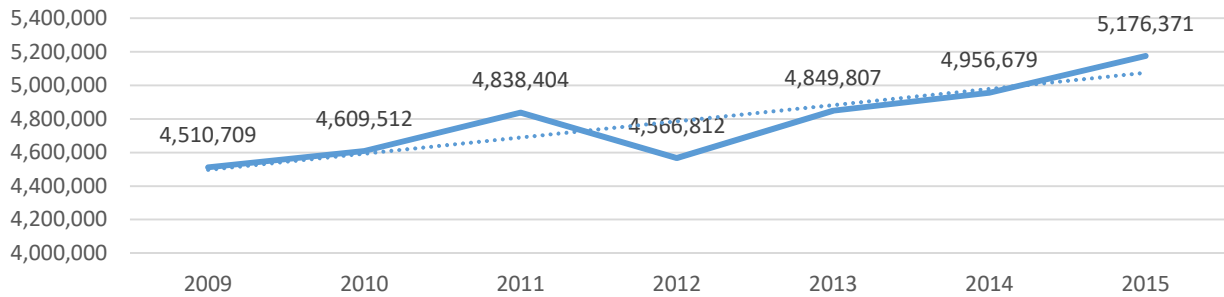
En el 2016, la industria del turismo generó 8.9% del PIB nacional y 9 millones de empleos y recibió 35 millones de turistas extranjeros, según cifras de la Secretaría de Turismo. Esto muy probablemente coloca al país como la octava potencia turística en el mundo, pero todavía lejos de los países que ocupan los primeros lugares.

A nivel local, lo señalado en el documento Comisión Sonora-Arizona (2018), refiere que los visitantes del estado provienen principalmente de México (más del 60 %), con la mayoría de los visitantes extranjeros procedentes de los EE.UU., especialmente los estados de Arizona, California y Nuevo México. Asimismo, que los cuatro destinos más importantes del estado incluyen Nogales, Hermosillo, Guaymas y Puerto Peñasco, con destinos de playa preferidos por la mayoría de los viajeros de ocio. Una de las ventajas que tiene Sonora es su proximidad a los EE.UU., a partir de los cuales provienen la mayoría de los viajeros del mundo. También se encuentran los turistas procedentes de Canadá, muchos de los cuales vienen en cruceros o viajes charters donde visitan sobre todo Puerto Peñasco, Guaymas, San Carlos y Álamos. Los visitantes nacionales gastan en promedio 742 pesos. Los turistas extranjeros gastan en promedio de 1.105 pesos, permaneciendo en promedio 3.3 noches.

Acorde con esto, la evolución de la infraestructura hotelera en los últimos siete años la disponibilidad de cuartos en los diferentes hoteles del estado se ha incrementado considerablemente, mostrando una tendencia positiva en aumento.

En la siguiente figura se muestra el comportamiento ascendente que ha tenido el sector hotelero en relación con la cantidad de cuartos disponibles por año.

Figura 1. Evolución de cuartos disponibles en Sonora 2009-2015



Fuente: Elaboración propia con reporte de la Actividad Hotelera y Ocupación Hotelera 2009-2015, con cifras del Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos http://www.siiimt.com/en/siiimt/siim_ocupacion_hotelera#

Planteamiento del problema

A dieciséis años de haberse creado el impuesto al hospedaje en Sonora, se continúan presentando áreas de oportunidad tanto en la recaudación, gestión y aplicación del citado impuesto.

Como indicaron Corte, Quiroz y Bayliss (2016), anteceden en su estudio descriptivo análisis de ingresos y comportamientos presupuestales durante el periodo 2005-2010, señalando que “al remitirse a las cuentas públicas municipales lo captado o ingresado por municipio en materia de impuestos, se encontró solo el concepto global de impuestos y no desglosado por tipo de impuestos. Por esa razón, no se contempla el ingreso real por municipio”. No obstante lo anterior, el estudio permite identificar que “los recursos que otorga el fidecomiso 2% para la promoción turística, ha permitido que se fortalezca la difusión de los destinos logrando una mayor diversidad y cantidad de turistas al Estado de Sonora”.

Derivado de estudios anteriores a este impuesto, se integra el siguiente

comportamiento presupuestal que ha venido presentando el citado impuesto durante el periodo 2005 al 2017, periodo durante el cual, la gestión administrativa transitó de la administración municipal hacia el estatal en el año 2013, y este suceso se observa en el cuadro siguiente, donde se incrementa notoriamente la presupuestación del impuesto.

Figura 2. Comportamiento presupuestal del Impuesto por la Prestación de Servicio de Hospedaje durante el periodo del 2005 al 2017.



Fuente: Elaboración propia con cifras del 2005-2010 publicadas por Corte, Quiroz y Bayliss (2016) y cifras 2011-2017 de Carrillo, E. (2017). Desarrollo turístico en el estado de Sonora: Impuesto de hospedaje ante la auditoría forense (Tesis doctoral).

En referencia a esto, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE, 2018), indica en las prioridades estratégicas para México -fomentar el desarrollo regional- “garantizar que los gobiernos estatales y locales consoliden y fortalezcan los procesos de elaboración de presupuestos anuales para cumplir con las normas nacionales; el pronóstico de ingresos fiscales, la participación ciudadana y la previsibilidad de las asignaciones presupuestarias. (p.58).

Aunado a lo anterior y comparando gestiones gubernamentales de otras entidades federativas, se observa que los avances digitales están avanzando aceleradamente como por ejemplo Sinaloa es el tercer estado de la República Mexicana que logra un convenio con Airbnb en materia impositiva en favor de la promoción de los

destinos turísticos en la entidad, después de la Ciudad de México y Quintana Roo, mediante el cual esta empresa se compromete a recolectar y remitir el 3.0% de impuesto sobre el hospedaje por cada reserva hecha en su plataforma electrónica.

De lo antepuesto, surgen las siguientes preguntas de investigación:

¿Cuál es el proceso de la gestión administrativa del impuesto al hospedaje, desde la política fiscal establecida, la recaudación y hasta su aplicación?

¿Cómo ha incidido la aplicación financiera el impuesto al hospedaje en el posicionamiento turístico de la entidad federativa?

¿Cuál es el proceso financiero que se lleva a cabo a través del o los fideicomisos creados para el control del impuesto?

¿Cómo participa y percibe el sector hotelero en el proceso administrativo del impuesto al hospedaje?

¿Qué innovaciones digitales en la gestión del impuesto ha incursionado Sonora?

Estas entre otras preguntas inspiran realizar este estudio dado que el propósito principal de la creación del impuesto y que se controle a través de un fideicomiso es precisamente impulsar el turismo en la entidad federativa de Sonora.

Por lo anterior, se considera importante comprobar si dicho impuesto ha cumplido con su cometido y por otro lado determinar si finalmente el impuesto ha retornado con la finalidad por la que fue creado y si es manejado en un contexto de transparencia y acceso a la información.

Objetivo General:

Evaluar el mecanismo de la política pública fiscal del impuesto al hospedaje a través del análisis del proceso de recaudación, control y aplicación en la promoción y publicidad turística para Sonora, considerando la gestión del fideicomiso y la incidencia en el posicionamiento del destino turístico de Sonora.

Específicos:

- 1.- Analizar el entorno jurídico y las actualizaciones normativas del Impuesto Sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje de Sonora.
- 2.- Analizar el proceso de la gestión administrativa del impuesto al hospedaje desde la política fiscal establecida, la recaudación y hasta su aplicación.
- 3.- Examinar el proceso de las erogaciones que realizan en promoción y publicidad turística a efectos de reconocer la incidencia en el posicionamiento turístico de Sonora.
- 4.- Examinar el flujo financiero que se lleva a cabo dentro y fuera del fideicomiso del impuesto.
- 5.- Examinar la percepción del sector hotelero, turista y actores gubernamentales respecto a la gestión administrativa en la política pública del impuesto al hospedaje.

Hipótesis del trabajo

H1. La discrepancia entre las erogaciones aplicadas en promoción y publicidad turística contra los ingresos recaudados y presupuestados de impuesto al hospedaje propicia opacidad en la gestión del tributo.

Variable dependiente: Erogaciones en promoción y publicidad turística.

Variable independiente: Recaudación y presupuestación del impuesto Sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje.

Marco de Referencia

El presente trabajo es desarrollado en el ámbito turístico de la ciudad de Hermosillo, Sonora, México, considerando análisis a un amplio marco normativo estatal y federal, así como lo establecido en el Plan Estatal de Desarrollo 2016-2021 entre otros.

En México, la actividad turística es una de las mayores fuentes generadoras de inversión, empleo e ingreso de divisas, por lo que Shi (2012) señala que la promoción turística debe permitir ganancias y desarrollo del país, sin embargo, para que esto se cristalice deben diseñarse y cumplirse reglas que faciliten su medición situación que en el estado de Sonora no se ha logrado cumplir cabalmente.

En la década de los noventa se creó en México el impuesto sobre hospedaje, el cual nació como un impuesto indirecto cuyo objetivo es la promoción y el desarrollo del turismo en el estado donde se cause. Las entidades federativas son las encargadas de su recaudación y los recursos son entregados a través de fideicomisos (Torres Pulido, 2015).

En el caso de México, existen dos gravámenes principales de carácter turístico. Por un lado, a nivel federal se cobra un derecho a los visitantes sin permiso para realizar actividades remuneradas (DNR: Derecho de No Residentes) y, por otro lado, a nivel local, se cobra un impuesto que grava el hospedaje (impuesto por la prestación de

servicios de hospedaje). En ambos casos, la mayor parte de los recursos recaudados se utilizan para promover los destinos turísticos y la infraestructura turística; sin embargo, existe un gran porcentaje de estos recursos que se utiliza para otros fines como la administración de estos gravámenes o como fuente de ingresos para financiar otros rubros del gasto público.

Historia del Impuesto sobre hospedaje (ISH):

El impuesto sobre servicios de hospedaje o impuesto por la prestación de servicios de hospedaje es un gravamen que no es nuevo, se implementó desde 1995 en México y consiste en cobrarle directamente al turista en el momento que paga cada noche de hospedaje. La justificación para cobrar esto es porque supuestamente con lo recaudado se impulsa y promociona a la industria turística de la región de donde se obtienen dichos recursos. Este impuesto lo cobran las empresas del ramo hotelero en el país. El año pasado se habló mucho de este gravamen porque tuvo un aumento para quedar en 2%. Los políticos dicen que es necesario para obtener recursos que se puedan usar para promocionar el turismo.

El impuesto sobre la prestación de servicios de hospedaje es un impuesto de carácter local cuyo sustento legal se encuentra en cada una de las leyes de hacienda, códigos financieros o fiscales de las entidades federativas. Es un impuesto indirecto (no lo paga el contribuyente directamente a las autoridades fiscales), con facilidades administrativas y con una base gravable menor pero muy bien determinada.

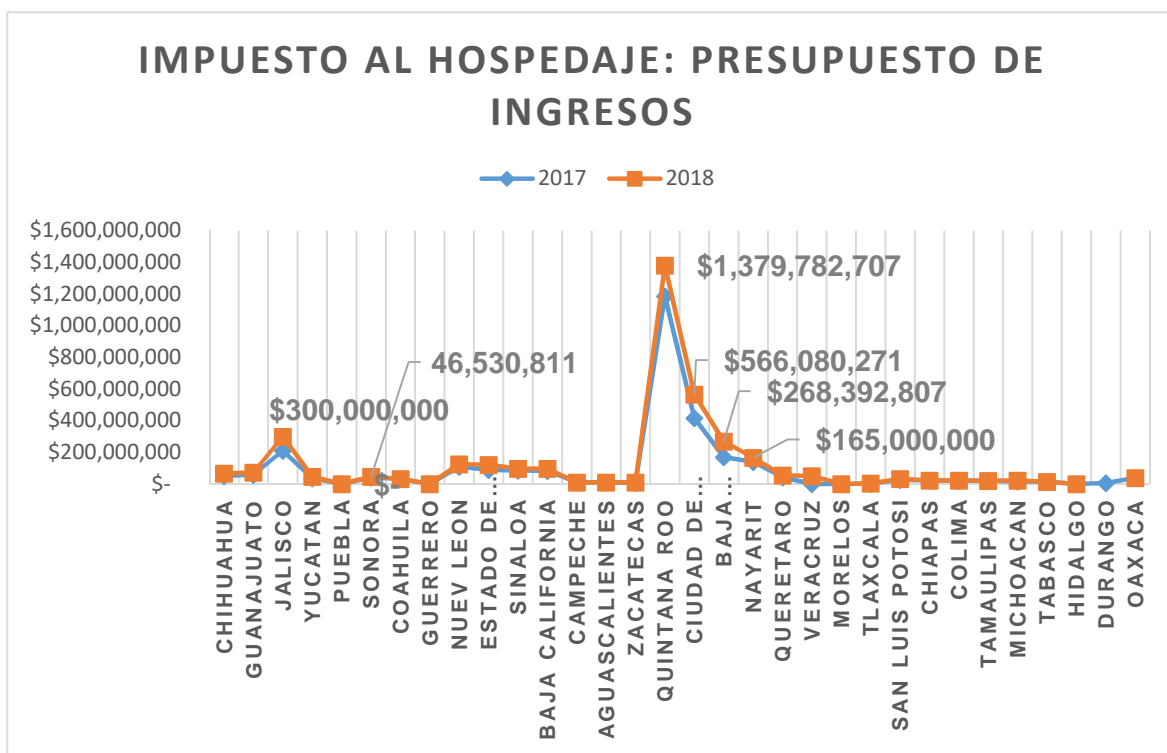
Al igual que el resto de las contribuciones, cuenta con elementos muy específicos donde se establecen los objetos, sujetos, bases, tasa y exenciones. Actualmente

esta contribución es aplicada en las 32 entidades federativas; aunque en algunos de ellos se han derogado como estrategia fiscal.

Impuesto sobre hospedaje (ISH): Actualidad

Se observa que Sonora tiene presupuestado ingresar por la recaudación del impuesto en el ejercicio fiscal 2018 \$ 46'530,811 pesos; estando por debajo de otras entidades federativas similares en flujo turístico.

Figura 3. El impuesto al hospedaje presupuestado para 2017 y 2018 en diversas entidades federativas de México.



Fuente: Elaboración propia con Leyes de Ingresos 2017 y 2018 de las entidades federativas de México.

En 2015 se calculó que con este ajuste de 2% la recaudación aumentaría en 25% en comparación con años anteriores, sin embargo, un buen número de académicos aseguran que durante años el gran problema del gasto en la promoción del turismo

de México, es que la administración de los recursos es oscura y no hay manera de medir la eficacia con la cual se gasta el dinero. De hecho, hace unos 10 años se decía que los turistas europeos que visitaban México lo hacían por los programas de promoción que se hacían en sus respectivos países y no porque el gobierno mexicano hiciera publicidad efectiva en el Viejo Continente.

Investigadores aseguran que de cada tres pesos que se recaudan por impuesto sobre servicios de hospedaje, dos se utilizan para la promoción mientras que el resto del dinero (poco más de 33%) nunca se sabe a dónde va a parar. Este último punto es el que tiene molestos a los empresarios del ramo, pues han dicho que sospechan que el dinero que pagan sus clientes y ellos cobran no necesariamente se destina a promoción y desarrollo del sector, y más bien se utiliza para actividades políticas que no desarrollan ni benefician a la industria turística.

Impuesto sobre hospedaje (ISH): ¿Cómo se paga?

Los empresarios del ramo deben pagar el impuesto sobre el hospedaje a la administración del Estado donde tienen instalado su negocio, se hace de forma mensual y pueden hacerlo de forma electrónica. Deben tener a la mano su RFC, razón social (para personas morales, o bien su nombre completo si son personas físicas, así como sus datos de contacto.

Impuesto sobre hospedaje (ISH): tipos de cobro

Hoy el día en cobro de esta contribución se sitúa a nivel nacional entre el 2 y 3% por habitación, aunque en comparación con otros países lo que se paga en México por este concepto es bajo. Con todo y esto, desde mediados de 2015 hoteleros en

diferentes estados del país se han estado amparando contra el pago de este impuesto. Los empresarios argumentan que además de la falta de transparencia en la administración de esta recaudación, se enfrentan a muchos problemas financieros derivados de la crisis económica que vive México y es por ello que se niegan a seguir pagando este impuesto (Misael Mora, 2016).

Elementos del impuesto sobre la prestación de servicios de hospedaje.

Objeto: Los servicios de hospedaje, la prestación de alojamiento o albergue temporal de personas.

Sujeto: Las personas físicas o morales que, dentro de la entidad federativa, de manera permanente o temporal, presten servicios de albergue u hospedaje en hoteles, moteles y similares.

Base: El monto total de los ingresos que perciban las personas físicas y morales por los servicios que presten.

Tasa: Varía de acuerdo a cada entidad federativa (ver anexo).

Exenciones: La prestación de servicios de albergue o alojamiento en hospitales, clínicas, asilos, internados, casas de beneficencia pública o asistencia social, conventos, seminarios e instituciones religiosas, siempre que se trate de servicios propios de su objeto o fin.

De acuerdo a la ley de hacienda del estado de Sonora, establece lo siguiente:

En el capítulo primero, sección primera, del impuesto por la prestación de servicios de hospedaje.

ARTÍCULO 5.- Es objeto de este impuesto la prestación de servicios de hospedaje en el Estado de Sonora. Para los efectos de este impuesto, se considerarán servicios de hospedaje, la prestación de alojamiento o albergue temporal de personas a cambio de una contraprestación, dentro de los que quedan comprendidos los servicios prestados por hoteles, moteles, tiempo compartido, administración por un tercero de los servicios de hospedaje prestados bajo cualquier modalidad, hostales, casas de huéspedes, villas, bungalos, campamentos, paraderos de casas rodantes, departamentos amueblados con fines de hospedaje para fines turísticos y otros establecimientos que brinden servicios de hospedaje de naturaleza turística. No se considerarán servicios de hospedaje, el albergue o alojamiento prestados por hospitales, clínicas, asilos, conventos, seminarios o internados.

Los contribuyentes realizarán el traslado del impuesto a las personas a quienes se preste el servicio de hospedaje. Se entenderá por traslado del impuesto, el cobro o cargo que el contribuyente debe hacer a dichas personas del monto equivalente al impuesto establecido en este Capítulo.



SONORA
 SECRETARIA DE
 HACIENDA
 Subsecretaría de
 Ingresos
 Dirección General de
 Recaudación

R.F.C.

REFERENCIA

PERIODO DE PAGO: AL
 MES AÑO MES AÑO

FORMULARIO DE PAGO DEL IMPUESTO POR LA PRESTACION DE SERVICIO DE HOSPEDAJE

DATOS GENERALES (MARCAR CON UNA "X" EL TRAMITE CORRESPONDIENTE, ANTES DEL LLENADO VEA LAS INSTRUCCIONES AL REVERSO)

DATOS GENERALES	AGENCIA FISCAL	CATEGORIA ESTRELLAS	MATRIZ	SUCURSAL	MARQUE CON UNA "X" SI HUBO CAMBIO DE DOMICILIO FISCAL	DECLARACION:	
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>		<input type="text"/>	NORMAL <input type="checkbox"/>
	NOMBRE (S) O DENOMINACION O RAZON SOCIAL						COMPLEMENTARIA <input type="checkbox"/>
	DOMICILIO (CALLE Y NUMERO)						COLONIA
TELEFONO		MUNICIPIO		, SONORA.		CODIGO POSTAL	

REP LEGAL	DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL
	NOMBRE (S) _____
	R.F.C. _____ CORREO ELECTRONICO Y/O CONTRIBUYENTE _____

HOSPEDAJE 2%	APARTADO	DESCRIPCION	IMPORTE
	A	INGRESOS BASE DEL IMPUESTO POR HOSPEDAJE	
	B	IMPUESTO SOBRE PRESTACION DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE (2%)	
	C	RECARGOS POR EXTEMPORANEIDAD	AL % ACUMULADO
	D	MULTAS	
	E	HONORARIOS DE COBRANZA	
		TOTAL A PAGAR	

EVALUACIÓN DEL IMPUESTO DE HOSPEDAJE

COMPLEMENTARIA									IMPORTE	
	IMPUESTO A CARGO EN LA DECLARACION COMPLEMENTARIA									
	IMPUESTO A CARGO DE LA DECLARACION QUE RECTIFICA DE FECHA				DIA		MES		AÑO	(-)
	DIFERENCIA A CARGO									
	RECARGOS SOBRE LA DIFERENCIA OMITIDA (AL % MENSUAL)									
IMPORTE A PAGAR										

ESTABLECIMIENTO	DATOS DEL ESTABLECIMIENTO									
	TIPO DE ESTABLECIMIENTO									
	HOTEL	<input type="checkbox"/>	MOTEL	<input type="checkbox"/>	OTRO	<input type="checkbox"/>	ESPECIFICAR			

OBSERVACIONES									

LUGAR			<i>DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTA DECLARACION SON VERDADEROS</i>						
			NOMBRE Y FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL						
DIA	MES	AÑO							
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>							

A Continuación, se indica el formato para presentar el impuesto de hospedaje:

Figura 4. Formulario de pago del impuesto por la prestación de servicio de hospedaje 2018.

Fuente: Gobierno del Estado de Sonora, Secretaría de Hacienda. Subsecretaría de Ingresos. Dirección General de Recaudación.

El papel de las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV).

Las Oficinas fueron creadas para promover los destinos de acuerdo a las potencialidades de cada uno. Hay destinos que cuentan con las facilidades para el desarrollo de congresos y convenciones, otros para grupos de incentivos y los hay meramente turísticos. La información obtenida en www.sectur.gob.mx es la siguiente

¿Qué es una Oficina de Convenciones y Visitantes? Las oficinas de convenciones y visitantes son el instrumento para ejercer la aplicación del impuesto del 2% o 3% al hospedaje que recaba cada gobierno estatal. En algunos casos, las oficinas forman parte de los gobiernos locales y otras son organismos no gubernamentales o privados.

Misión de las OCV: • Debe actuar como líder del marketing turístico del destino o región e impulsar las ventas del producto turístico.

Bosquejo del Método de Investigación

La investigación está diseñada en dos fases, en la primera se trata de cumplir con los tres primeros objetivos a través de la revisión documental de información y análisis de datos.

Para el logro del primer objetivo se desarrollará el tipo de estudio que es descriptivo-exploratorio, considerando que se estudiará y analizará el entorno jurídico del Impuesto Sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje. Se deberán analizar las diversas reformas, disposiciones legales federales, estatales y municipales que

relacionen con el impuesto, partiendo de lo genérico para llegar a lo específico, tales como la Constitución, Ley de Ingresos, Ley de Hacienda del Estado, Plan de Desarrollo del Estado, Presupuesto de Egresos, entre otras.

Para el análisis del entorno económico del impuesto deberán revisar las estadísticas correspondientes al periodo 2011-2017, del Estado de Sonora o Municipio, según aplique, a efecto de determinar los niveles de recaudación que se ha tenido del impuesto de servicios de hospedaje en relación a lo presupuestado y evaluar el impacto en los ingresos del Estado, así como su aplicación a través del presupuesto de egresos y destino en el fidecomiso encargado y responsable de su administración.

Para el logro del segundo y tercer objetivo específico, la metodología será teórico en el sentido de obtener información documental de la carga tributaria, es decir los impuestos que actualmente absorbe el sector hotelero, debiendo para ello revisar la legislación federal, estatal y municipal para determinar cuáles son las obligaciones que tiene que cumplir, incluyendo el Impuesto Sobre Prestación de Servicios de Hospedaje. Las técnicas a utilizar en esta etapa son fichas bibliográficas, hemerográficas y electrónicas.

La segunda fase se llevará a cabo en corte transversal, se pretende realizar trabajo de campo en un solo momento para que permita contar con una visión más amplia del instrumento fiscal, desde la óptica empresarial. Por ello, la investigación estará enfocada a los hoteleros de los municipios del Estado de Sonora, utilizando un cuestionario de fácil comprensión y codificación que permita obtener la información sustantiva de la investigación.

La población considerada serán los prestadores de servicios turísticos del Estado de Sonora, y abordar el análisis del impacto generado en los municipios Álamos, Caborca, Cajeme, Guaymas, Navojoa, Nogales, Puerto Peñasco, San Luis Río Colorado y Hermosillo por ser los más representativos de acuerdo al último estudio donde existían las OCV.

El tipo de muestra será probabilístico y bajo la técnica de muestreo aleatorio simple y la selección de la empresa a encuestar será considerando el listado que proporcione la OCV de cada localidad del estado.

Instrumento de recolección

El propósito es aplicar el instrumento de análisis en todos municipios en estudio, toda vez que se cuente con la información precisa de la población en el periodo (2011-2017) y determinar la muestra apropiada. Para ello el instrumento será validado mediante la utilización del programa spss versión 21.

El Desarrollo del estudio involucra la selección de información, conversión a resultados de aprendizaje, generación de reactivos, calibración de examen, desarrollo de pruebas, calibración de metodología, cálculo de muestra y desarrollo de estrategia de aplicación de examen para lograr el 95% de confianza.

Actividades del responsable y colaboradores

Responsable de investigación

El responsable del proyecto de investigación tiene la principal función de coordinar la distribución del trabajo según las necesidades por etapa del proyecto de

investigación y por otro lado la gestión con la Comisión al Fomento al Turismo y las Oficinas de Convenciones y Visitantes para acceder y obtener la información mediante encuestas.

Actividades de colaboradores:

- Elaboración del instrumento de recopilación de información.
- Revisión y corrección o sugerencias de los avances de la investigación
- Revisión y corrección o sugerencias de la investigación
- Apoyo en la compilación y procesamiento de la información estadística.
- Apoyo en la bibliografía teórica acorde a sus líneas de investigación.
- Apoyo teórico matemático en la construcción y aplicación de la estadística para el procesamiento de la información.
- Apoyo Comisión al Fomento al Turismo Gobierno del Estado de Sonora
- Revisión y apoyo con las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV).

Resultados Esperados

Los aportes esperados en esta investigación se obtener información en cuanto a la captación de recursos, asimismo la aplicación y la transparencia que presentan los actores en este trabajo.

- Realizar un análisis por municipio y posteriormente un comparativo del impuesto en las captaciones y aplicaciones.

- Generar un instrumento de aplicación general que permita evaluar con eficacia la percepción del sector hotelero en referencia a la generación y ejecución de los recursos.

Índice Tentativo que se pretende en la Investigación final

Título

Resumen o abstract

Índices

Introducción

I. Fundamentos

II. Método

III. Análisis de resultados

IV. Conclusiones

V. Recomendaciones

VI. Referencias bibliográficas finales

VII. Anexos

Referencias Bibliográficas Iniciales

Corte, L. A., Quiroz, G., S., & Bayliss, B., D. (2016). Evaluación del impacto por el impuesto sobre la prestación de servicios de hospedaje al turista, en el Estado de Sonora. Revista Vértice Universitario Abril- junio 2016 año 18.

Recuperado de: <http://www.revistavertice.uson.mx/anteriores.php?rev=73>,

29-06-2018

Decreto 20 Congreso del Estado de Sonora. Recuperado de:

<http://www.stjsonora.gob.mx/reformas/Reformas141215-7.pdf>

Documento Sonora Arizona (2018). Recuperado de:

<http://ofeci.sonora.gob.mx/images/Conocenos/DOCUMENTO-SONORA-COMISION-SONORA-ARIZONA.pdf>

Foro sobre gobernanza para el turismo sustentable. Recuperado de:

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/240747/Mesa_2_Recaudacion_n.pdf , 25-10-2017

http://www.congresoson.gob.mx:81/Content/Doc_leyes/doc_429.pdf

Importancia del agua (s/f.). Recuperado de: <https://www.importancia.org/agua.php>.

Accedido: 23 de septiembre de

2017. <http://losimpuestos.com.mx/sonora/#Impuesto-por-la-prestacion-de-servicios-de-hospedaje>

Impuesto por la prestación de servicios de hospedaje,

<http://losimpuestos.com.mx/sonora/#Impuesto-por-la-prestacion-de-servicios-de-hospedaje>

Iniciativa Ley de ingresos del Estado de Sonora. Recuperado de:

<http://www.sonoraciudadana.org.mx/Content/publicaciones/leyingresos.pdf>

<http://www.stjsonora.gob.mx/reformas/Reformas261216-3.pdf>

Ley de hacienda del municipio de Guaymas: Recuperado de:

http://archivos.guaymas.gob.mx/transpxs/f1/LEY_DE_HACIENDA_MUNICIPAL.pdf

Ley de Ingresos y presupuesto de ingresos del estado de Sonora para el ejercicio fiscal del año 2017. Recuperado

de: https://www.google.com.mx/search?dcr=0&source=hp&q=IMPUESTO+SOBRE+LA+PRESTACION+DE+SERVICOS+DE+HOSPEDAJE+EN+SONORA&oq=IMPUESTO+SOBRE+LA+PRESTACION+DE+SERVICOS+DE+HOSPEDAJE+EN+SONORA&gs_l=psy-ab..0i22i30k1l2.17187.46457.0.49366.63.60.0.0.0.842.8801.0j29j7j2j1j2j1.42.0....0...1.1.64.psy-ab..21.42.8799...0j0i131k1.0.05u4CnMWUG4

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico. (OCDE 2018). Getting it Right Prioridades estratégicas para México Cap. 4. [Fomentar el desarrollo regional. Recomendaciones clave de la OCDE. Recuperado de:

http://www.oecd.org/centrodemexico/medios/FINAL_Prioridades%20Estrategicas%20para%20M%C3%A9xico_GIR_OCDE_2018.pdf

<http://www.oecd.org/centrodemexico/medios/archivos-2018.htm>

Reformas del impuesto por la prestación de servicios de hospedaje. Recuperado

de: <http://www.stjsonora.gob.mx/reformas/Reformas141215-7.pdf>

Santos, Ch. O., & Martínez, C. J. Revista INDETC, FEDERALISMO

HACENDARIO No. 176 • Mayo-Junio de 2012. Recuperado de:

<http://132.248.9.34/hevila/INDETECFederalismohacendario/2012/no176/12.>

[pdf](#)

Como señalan González-Miranda y Ramírez (2017), en la actualidad, existe un creciente interés por el estudio de las organizaciones en América Latina a partir de las propuestas teórico-metodológicas de los Estudios Organizacionales, aunque esto se realice de forma heterogénea, fragmentada y diversa. Heterogénea en el sentido de la existencia de la multiplicidad de acepciones sobre el término, su alcance investigativo y su relación con la administración. Fragmentada, al considerar que el desarrollo del campo en la región se encuentra seccionado principalmente entre Brasil, México, Colombia y el resto del subcontinente, sin mostrar homogeneidad dado que, en los dos primeros países, a partir de la divulgación de propuestas teóricas y metodológicas, se ha consolidado un terreno sólido con identidad propia. Diversa, al discurrir en el amplio acervo de temas, intereses y líneas de investigación existentes. Ante tal caracterización, se destaca la importancia que tiene la investigación para consolidar una perspectiva organizacional latinoamericana.

