



**UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE
TABASCO**
**DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS**



**MODELO DE GESTIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DEL DESEMPEÑO
ORGANIZACIONAL DE CENTRALES DE ABASTO. EL CASO DE LA CENTRAL DE
ABASTO DE VILLAHERMOSA.**

**PARA OBTENER EL GRADO DE
DOCTOR EN ESTUDIOS ECONÓMICO ADMINISTRATIVO**

En la LGAC:

**EJE DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL NACIONAL E
INTERNACIONAL**

PRESENTA

FRANCISCO JAVIER CERINO MADRIGAL

BAJO LA DIRECCIÓN DE:

DR. SALVADOR NEME CALACICH

En CO DIRECCIÓN

DR. FRANCISCO GERARDO BARROSO TANOIRA

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto. El caso de la central de abasto de Villahermosa.



**UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO**
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



**División Académica de
Ciencias Económico
Administrativas/
Dirección**



**2024
Felipe Carrillo
PUERTO**

Oficio: DACEA/DIRECCION/0060/2024
Villahermosa, Tabasco; a 09 de enero de 2024

**LIC. MARIBEL VALENCIA THOMPSON
JEFA DEL DEPARTAMENTO DE CERTIFICACIÓN
Y TITULACIÓN DE SERVICIOS ESCOLARES
P R E S E N T E**

De conformidad con lo establecido en el Art. 75 fracción V, Art. 76 fracción III, así como el Art. 77 fracciones I, II y III del Reglamento General de Estudios de Posgrado (vigente) de la UJAT, me permito comunicar a usted que el **Dr. Salvador Neme Calacich** (Director) y el **Dr. Francisco Gerardo Barroso Tanoira** (Codirector), dirigieron y supervisaron la tesis:

**"MODELO DE GESTIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DEL DESEMPEÑO
ORGANIZACIONAL DE CENTRALES DE ABASTO. EL CASO DE LA CENTRAL DE
ABASTO DE VILLAHERMOSA"**

Proyecto de investigación elaborado por el **C. Francisco Javier Cerino Madrigal** egresado del Doctorado en Estudios Económico Administrativos. Los miembros del Jurado de Examen Profesional, integrado por los profesores: Dra. Gilda María Bertolini Díaz, Dr. Francisco Gerardo Barroso Tanoira, Dr. Salvador Neme Calacich, Dra. Norma Aguilar Morales, Dr. Arturo Martínez de Escobar Fernández, Dra. Candelaria Guzmán Fernández y Dra. Cecilia García Muñoz Aparicio; autorizaron el trabajo de tesis después de revisar y señalar las modificaciones pertinentes, misma que el interesado efectuó. Por lo tanto, **puede imprimirse.**

ATENTAMENTE

**MTRO. JOSÉ JUAN PAZ REYES
DIRECTOR**

**UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO**



**DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS
ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
DIRECCIÓN**

 c.c.p. Archivo

Av. 27 de Febrero 630, Col. Centro, C.P.86000. Villahermosa, Centro, Tabasco
Tel. (993) 358.15.00 Ext. 6200 y 6201; e-mail: dirección.dacea@ujat.mx

www.ujat.mx

CARTA DE AUTORIZACIÓN

El que suscribe, autoriza por medio de la presente a la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, para que utilice tanto en formato físico como digital la tesis de grado con título **“MODELO DE GESTIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DEL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE CENTRALES DE ABASTO. EL CASO DE LA CENTRAL DE ABASTO DE VILLAHERMOSA.”** de la cual soy autor y titular de los derechos de autos.

La finalidad del uso y manejo de la tesis por parte de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT), será única y exclusivamente para difusión, educación y sin fines de lucro; autorización que se hace de manera enunciativa más no limitativa para compartir su contenido en la Red Abierta de Bibliotecas Digitales y a cualquier otra red académica con las que la UJAT tenga relación.

Por lo anterior, libero a la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco de cualquier reclamación legal que pudiera ejercer respecto al uso y manipulación de la tesis mencionada y para los fines estipulados en este documento.

Se firma la presente autorización en la ciudad de Villahermosa, Tabasco a los 16 del mes de enero del año 2024.

Autorizó



C. Francisco Javier Cerino Madrigal

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y ORIGINALIDAD

C. **Francisco Javier Cerino Madrigal**; estudiante del programa de Doctorado en Estudios Económico Administrativos con registro del **SNP 005590** de la División Académica de Ciencias Económico Administrativos en la **Universidad Juárez Autónoma de Tabasco** como autor de la presente tesis para el grado de Doctor titulada **"MODELO DE GESTIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DEL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE CENTRALES DE ABASTO. EL CASO DE LA CENTRAL DE ABASTO DE VILLAHERMOSA."**

DECLARO QUE:

Esta tesis es mi propio trabajo, con excepción de las citas en las que he dado crédito a sus autores, así mismo, afirmo que no ha sido presentada para la obtención de algún título o grado equivalente.

Del mismo modo, asumo frente a la Universidad cualquier responsabilidad que pudiera derivarse de la autoría o falta de originalidad del contenido de la tesis presentada de conformidad con el ordenamiento vigente

Villahermosa, Tabasco a 16 de enero de 2024



C. Francisco Javier Cerino Madrigal

Dedicatoria

Dedico mi tesis principalmente a Dios, dueño del conocimiento, por darme la fuerza necesaria para culminar esta meta. También se la dedico a mi papá, que desde el cielo fue la luz que me daba fuerzas para continuar. A mi madre y esposa, por todo su amor y por motivarme a seguir hacia adelante. Finalmente, a mis hermanos, por brindarme su apoyo moral en mi proceso de investigación.

AGRADECIMIENTOS

¡Qué profundas son las riquezas de la sabiduría y del conocimiento de Dios! ¡Qué indescifrables sus juicios e impenetrables sus caminos! (Romanos 11:33).

Gracias Dios por todo lo brindado para el logro de esta tesis, por la vida y por el conocimiento generado a lo largo de esta meta.

Gracias infinitas a mi padre Manuel Cerino Jiménez (+) quien ya se nos ha adelantado, a mi madre la Sra. Rosa Madrigal Córdova, a mi esposa Adriana Guadalupe Carrillo Córdova, a mis familiares todos, por su amor incondicional y su apoyo moral. Su fe en mí, incluso en los momentos más difíciles, ha sido el pilar de este logro. También expreso mi gratitud a mis hermanos y a mi abuelita Carmela. Sin ustedes, todo esto no habría sido posible.

Me gustaría agradecer a mis estimados amigos de esta 3ª Generación D.E.E.A., Angie, María del Carmen, Eduardo, Iris, Limberg, Roy y Caro. ¡¡Si se pudo!!, a la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco por abrirme las puertas y brindarme la oportunidad de avanzar en mi carrera profesional. Agradezco especialmente a la División Académica de Ciencias Económico Administrativo, y a mi comité el Dr. Salvador Neme Calacich, el Dr. Francisco Gerardo Barroso Tanoira y a la Dra. Gilda María Bertolini Diaz. Su fe en mis habilidades y su disposición para ayudarme han sido fundamentales para la finalización de esta tesis.

De igual forma, agradezco al Consejo Nacional de Humanidades, Ciencia y Tecnología CONAHCyT por el apoyo y formación de investigadores a través de los programas de becas posgrado y finalmente a la central de abastos, quien en su momento puso su confianza en mí para el estudio de esta investigación.

Resumen

Modelo para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto. El caso de la central de abasto de Villahermosa.

Los modelos de gestión se han convertido en una herramienta muy útil para las organizaciones, esta herramienta permite gestionar de forma adecuada las operaciones y la toma de decisiones. En esta investigación podremos ver el desarrollo de conceptos relacionados con el tema modelo de gestión, la mayoría de los autores mencionados manifiestan que para tener buenas prácticas a nivel organizacional se requieren de una serie de pasos, normas, estándares y reglas que tienen que cumplirse.

La presente investigación tiene como objetivo diseñar y evaluar un modelo de gestión que permita incrementar la productividad, la rentabilidad y la satisfacción de los clientes de la CAV.

Para esta finalidad hemos utilizado un diseño metodológico cuantitativo para indagar sobre las principales problemáticas que afectan el buen funcionamiento de las centrales de abasto, se aplicó una fase diagnóstica de apoyo cualitativo para indagar sobre las problemáticas principales e instrumentos cuantitativos con una medición tipo Likert a los locatarios, administrativos y clientes.

Las conclusiones de esta investigación consideran relevante el diseño del modelo de gestión, ya que en los tiempos actuales y de constante innovación en que vivimos, esta herramienta es básica para la buena gestión en los procesos, y ayuda para mantenerse en el mercado tan competitivo que hoy vivimos.

Palabras clave: Modelo de gestión, productividad, rentabilidad y satisfacción del cliente

Abstract

Model for improving the organizational performance of supply centers. The case of the Villahermosa supply center.

Management models have become a very useful tool for organizations; this tool allows them to adequately manage operations and decision making. In this research we will be able to see the development of concepts related to the topic of management model, most of the mentioned authors state that to have good practices at the organizational level, a series of steps, norms, standards and rules are required that have to be met.

The objective of this research is to design and evaluate a management model that allows increasing the productivity, profitability and satisfaction of the CAV's clients.

For this purpose, we have used a quantitative methodological design to investigate the main problems that affect the proper functioning of the supply plants, a diagnostic phase of qualitative support was applied to investigate the main problems and quantitative instruments with a Likert-type measurement to the tenants, administrators and clients.

The conclusions of this research consider the design of the management model to be relevant, since in the current times of constant innovation in which we live, this tool is basic for good management in processes, and helps to remain in the very competitive market that today we live.

Keywords: Management model, productivity, profitability and customer satisfaction

CONTENIDO

Índice de tablas/13

Índice de figuras/14

Introducción/15

Capítulo 1 Generalidades de la investigación/16

Antecedentes/16

Planteamiento del problema/18

Preguntas de investigación/19

Pregunta de investigación específica/19

Objetivo General/19

Objetivos específicos/19

Hipótesis/19

Hipótesis específicas/20

Identificación de variables/20

Justificación/20

Limitaciones/21

Delimitaciones/21

Capítulo 2. Marco referencial/22

Marco contextual/22

Central de abasto de Villahermosa/22

Abasto y distribución/23

Instructivo de operación de la central de abasto de Villahermosa/24

Marco teórico/25

Comercialización/25

Modelos para mejorar el desempeño organizacional/26

Productividad/27

Importancia de la productividad/28

Rentabilidad general/28

Tipos de rentabilidad/28

Satisfacción del cliente/30

Generalidades sobre modelos de gestión/31

Estudios relacionados con la mejora del desempeño organizacional en las organizaciones/35

Capitulo III. Metodología de la investigación/40

Fase 1: Diagnóstico/40

Parte cualitativa/40

Participantes/40

Caracterización de informantes clave/41

Instrumentos/42

Validez/42

Confiabilidad/42

Procedimiento/43

Plan de análisis de la información/43

Parte cuantitativa/44

Alcance y diseño/44

Población y muestra/45

Usuarios (tianguistas y bodegueros)/45

Clientes/ 45

Instrumentos/47

Procedimiento/48

Análisis factorial exploratorio/50

Fiabilidad (alfa de Cronbach)/50

Resultados e interpretación/51

Plan de análisis de la información/51

Recolección de información de la prueba piloto/52

Método de extracción Máxima verosimilitud y rotación Varimax para el análisis factorial exploratorio por cada variable del cuestionario para clientes/53

Método de extracción Máxima verosimilitud y rotación oblimin directo para el análisis factorial exploratorio por cada variable del cuestionario de usuarios/54

Fase 2. Diseño del modelo/57

Fase 3. Validación del modelo/60

Capítulo 4. Resultados/61

Resultados del diagnóstico/61

Parte cualitativa/61

Parte cuantitativa/66

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto/67

Fases del modelo de gestión/67

Descripción de las fases del modelo/68

Fase 3. Validación por juicio de expertos/74

Validez/74

Capítulo V. Discusión, hallazgos, conclusiones, recomendaciones/78

Discusión/78

Hallazgos/80

Conclusiones/81

Recomendaciones/82

Referencias/86

Glosario de términos/99

Apéndices/100

Apéndice B. Ideas clave – autoridades, usuarios (tianguistas y bodegueros) y clientes/107

Ideas clave – autoridades/108

Ideas clave - usuarios (bodegueros y tianguistas)/118

Ideas clave – Clientes/130

Apéndice C. Matriz de convergencia/138

Apéndice D. Carta juicio de expertos para las guías de entrevista/152

Apéndice E. Cuestionarios para usuarios (tianguistas y bodegueros) y clientes/156

Apéndice F. Instrumento de validación de un Modelo de Gestión para Centrales de abasto mediante juicio de expertos/162

Ver apéndice G. Validación de modelo por juicio de expertos/167

Índice de tablas

- Tabla 1** Disposiciones generales/24
- Tabla 2** Dimensiones del desempeño organizacional/29
- Tabla 3** Indicadores de calidad del modelo de Deming/30
- Tabla 4** Modelos de Gestión según la clasificación de CIC/32
- Tabla 5** Modelos de gestión para la mejora del desempeño humano cubano/36
- Tabla 6** Modelos utilizados en la construcción del modelo propuesto para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto/37
- Tabla 7** Total de personas que laboran en la CAV por tipo y participantes clave/41
- Tabla 8** Total de personas por tipo e informantes clave/41
- Tabla 9** *Frecuencia de ideas clave*/43
- Tabla 10** Universo de estudio parte cuantitativa/45
- Tabla 11** *Especificaciones de las variables sociodemográficos cuestionario clientes*/47
- Tabla 12** Especificaciones de las variables sociodemográficos del cuestionario para usuarios/48
- Tabla 13** Indicadores de evaluación de ítems/49
- Tabla 14** Confiabilidad por cada variable del instrumento de clientes/50
- Tabla 15** Confiabilidad por cada variable del instrumento de usuarios sin ajuste/51
- Tabla 16** Agrupación de ítems del cuestionario diseñado para conocer las fortalezas y debilidades de la Central de Abasto de Villahermosa (CAV)/52
- Tabla 17** Servicios de la CAV/53
- Tabla 18** Dimensión Servicio al cliente/53
- Tabla 19** Dimensión Infraestructura/53
- Tabla 20** Dimensión Servicios de la CAV/54
- Tabla 21** Dimensión Manejo administrativo/54
- Tabla 22** Dimensión servicio al cliente/55
- Tabla 23** Dimensión infraestructura/55
- Tabla 24** Matriz de congruencia/56
- Tabla 25** Proceso para diseñar el modelo y puntos utilizados de los autores/57
- Tabla 26** Explicación propuesta del modelo/72
- Tabla 27** Indicadores de medición para la validación por juicio de experto/75
- Tabla 28** Valoración y consideraciones por expertos/76

Índice de figuras

- Figura 1** Clasificación de los recursos de una organización (Simancas et al., 2018)/26
- Figura 2** Modelo de análisis de investigación/38
- Figura 3** Representación esquemática conceptual del modelo propuesto (elaboración propia)/70
- Figura 4** Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto/71
- Figura 4** Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto/71
- Figura 5** Diagrama de procedimiento para la mejora del desempeño organizacional/84

Introducción

La rentabilidad de una empresa depende de un buen modelo de gestión, cuyo concepto aún no es claro. Consiste en la forma en que la empresa, crea, capta y ofrece valor a sus clientes (Aguirre et al., 2020), y debe permitir mejorar los resultados de desempeño de la organización. Esto es patente en las centrales de abasto, organizaciones en que muchos elementos complejos y dinámicos pueden interactuar. Por ello, en este trabajo se propone diseñar y evaluar un modelo de gestión que permita incrementar la productividad, la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la central de abastos de Villahermosa [CAV].

En el primer capítulo se describe la importancia de la permanencia de las Centrales de Abasto, haciendo énfasis en la necesidad de contar con un modelo de gestión. También se presentan la formulación del problema, la identificación del objetivo general y los objetivos específicos, la justificación, los alcances y los límites de la investigación. El segundo capítulo está conformado en dos partes, el primero por el marco referencial y el segundo por el marco teórico, describiendo cada una de las variables determinadas para el presente estudio, estableciendo la importancia de cada una de ellas. En el tercer capítulo se desarrolla la metodología de la investigación la cual está compuesta por tres fases: (1) la primera consiste en llevar a cabo un diagnóstico de forma cualitativa y cuantitativa para indagar sobre los principales problemas que afectan a la central de abasto de Villahermosa; (2) posteriormente se procede a la fase dos que consiste en el diseño del modelo, y (3) en la tercera fase, la validación de éste.

En el cuarto capítulo se exponen los resultados de la investigación y en el quinto se presentan la discusión, la conclusión y las recomendaciones a las que se llegaron en el estudio. Se responde el objetivo general y específico y se enuncian las recomendaciones para incrementar la productividad, la satisfacción de los clientes y la rentabilidad de centrales de abasto.

Capítulo 1 Generalidades de la investigación

Antecedentes

En México existen sesenta y seis centrales de abastos (CA), y su principal objetivo es llevar a cabo operaciones de distribución y comercialización. Existe otra parte que se conforma de grandes mercados que se dedican a la venta al mayoreo y menudeo, a pesar de que estas instalaciones no fueron construidas para dichos fines, por lo que su imagen es poco agradable para su población. Así mismo, el aumento de población trae consigo escenarios más exigentes para los comercios, pues en los últimos años, las centrales de abasto se comportan decadentes en términos de competitividad (Castillo et al., 2015). Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO] (2017) determina que una central de abasto es fundamental en la distribución y comercialización de productos y, por lo tanto, su participación en el mercado debe mantenerse activa. Con base en Juárez (2017), la central de abasto de la Ciudad de México es el mercado más grande del mundo y es el segundo lugar en donde se realizan grandes movimientos de dinero en el país, seguido de la Bolsa Mexicana de Valores.

Torres (2011) señala que el sector de comercialización debe ofrecer productos y servicios de valor, que logren satisfacer las necesidades de sus clientes dado que es indispensable que las empresas sean verdaderos entes competitivos, con capacidad para crear ventajas que perduren en el tiempo. Con este objetivo fue creada la Central de abasto de Villahermosa Tabasco (CAV), que forma parte de una organización pública descentralizada que pertenece al Gobierno del Estado de Tabasco, con origen en el año 1981. Su finalidad principal es garantizar el abasto de productos alimenticios básicos y ayudar al nivel de vida de la población, es un organismo que

contribuye a la economía, dado que en ella se realizan diversas operaciones que involucra a cientos de empleados tabasqueños (Cuenta Pública, 2019).

Castillo et al. (2015) describen que, en las redes de distribución y comercialización, existen cambios radicales que han hecho que los consumidores sean más exigentes en sus compras, y lo relacionan con la calidad en el servicio, el precio y la innovación. Para Arellano-Díaz (2017), un servicio de excelencia crea lealtad y preferencia por parte de los consumidores potenciales con la finalidad de retenerlos. Por motivos de la globalización, la calidad en el servicio es indispensable para competir en las organizaciones tanto industriales como comerciales pues sus resultados son fundamentales para su supervivencia, de esta manera se transforma en un elemento estratégico indispensable que confiere ventaja competitiva.

Otro elemento es el precio que, con base en Méndez et al. (2018), es un factor con el que se puede obtener ventaja competitiva, así como una oportunidad para una empresa siempre y cuando esté capacitada para ofrecer en el mercado un producto a un precio menor en comparación con sus competidores. Finalmente, la innovación según Gómez-Charris et al. (2017), ha dado lugar a cambios crecidamente significativos en las empresas a nivel mundial. Así mismo, señalan que una empresa incapaz de adaptarse al cambio tecnológico, aunado a la rápida acumulación de nuevos conocimientos, tendrá un estancamiento en términos de productividad y competitividad, o inclusive, el fracaso asegurado.

Todo ese escenario se presenta principalmente en empresas comerciales y hace énfasis con una presencia significativa en el comercio tradicional, denominado originalmente centrales de abasto, las tiendas de abarrotes, los mercados y los tianguis, el comercio tradicional afronta nuevos retos para mantenerse en el mercado y dar respuesta de manera eficaz y eficiente (Castillo et al., 2015). Por su parte, Capdepon-Ballina y Marín-Olán (2014) señalan que:

[...] con base en la política de libre comercio y el interés del gobierno local por transformar la economía en servicios y centro de gestión, a la capital de Tabasco llegaron entre 1991 y 2012 inversiones de importantes firmas, como las del grupo WaltMart, The Home Depot, Sam's Club, Vips, Soriana, Del Sol, Parisina, Modatelas, Chedraui, Sanborns, Office Depot, Liverpool, Palacio de Hierro, City Club y Sears, entre otras, que ofrecían mejores precios en sus productos, ocasionando el desplazamiento de las empresas que distribuían mercancías a medio mayoreo y mayoreo en la capital de Tabasco, y en algunos otros municipios. (p.151)

A pesar de la entrada de estas firmas, la CAV ha tenido un incremento en el desplazamiento de productos durante el periodo 2013-2018, de 5.1% en promedio anual. Para el cierre del 2018 se contabilizaron 292,646 toneladas, de las cuales 58,450 fueron abarrotes, 24,673 productos perecederos del estado, y 209,523 perecederos del interior del país (Comité de planeación para el desarrollo del estado de Tabasco, COPLADET 2019).

Planteamiento del problema

La ciudad de Villahermosa ha crecido en densidad demográfica y con ello sus actividades comerciales (Capdepon-Ballina y Marín-Olán, 2014). Ser competitivo no es tarea fácil para las organizaciones. Por consiguiente, el éxito de una empresa se presenta con base en el buen funcionamiento de su organización para dar una respuesta efectiva para cada momento (Fernández-Jardón y Martos, 2016). Las centrales de abasto son fundamentales en la distribución y comercialización de productos (FAO, 2017). Sin embargo, en los últimos años, estas organizaciones han perdido competitividad y participación en el mercado comercial (Castillo et al., 2015). En el caso de la central de abasto de Villahermosa (CAV) denominado así de ahora en adelante, se observan prácticas de funcionamiento incorrecto, ausencia o escaso uso

de medios tecnológicos, recursos económicos limitados, temas como la idiosincrasia y bajo nivel de estudios de los micro, pequeños y medianos empresarios que trabajan allí, ocasionando la poca participación de la CAV dentro del sector comercial. Por ello, es necesario mejorar su desempeño, basado en productividad, la satisfacción del cliente y su rentabilidad en forma general. Falta diseñar un modelo que permita incrementar la productividad, la satisfacción del cliente y la rentabilidad. Cabe mencionar que, a los micros, pequeños y medianos empresarios que aquí laboran se les llamará usuarios en adelante, como aparece en el Capítulo II.

Preguntas de investigación

En virtud de lo visto anteriormente y del problema expuesto, surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Qué factores integrarían un modelo de gestión que permita incrementar la productividad, la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la (CAV)?

Pregunta de investigación específica

¿En qué grado el modelo de gestión sería eficaz para incrementar dichas variables?

Objetivo General

Diseñar y evaluar un modelo de gestión que permita incrementar la productividad, la rentabilidad y la satisfacción de los clientes de la CAV.

Objetivos específicos

1. Identificar los elementos que debe constituir un modelo de gestión que permita incrementar la productividad, la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la CAV.

Hipótesis

- H1. El modelo de gestión es eficaz para incrementar la productividad, la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la CAV.

Hipótesis específicas

H1e. El modelo de gestión es eficaz para incrementar la productividad de la CAV.

H2e. El modelo de gestión es eficaz para incrementar la satisfacción al cliente de la CAV.

H3e. El modelo de gestión es eficaz para incrementar la rentabilidad general de la CAV.

Identificación de variables

- a) Modelo de gestión (independiente)
- b) Productividad (dependiente)
- c) Satisfacción del cliente (dependiente)
- d) Rentabilidad general (dependiente)

En esta investigación se entenderá la rentabilidad general como una sola unidad de análisis a la central de abasto, puesto que ésta se conforma por locatarios, tianguistas y administrativos que, al tener diferentes culturas y gestiones en sus actividades, pudieran complicar el desarrollo de la propuesta. Por este motivo se realizará de modo que los resultados sean universales, ubicando a la central de abasto como un solo universo.

Justificación

Esta investigación surge después de analizar la importancia que tiene la central de abasto de Villahermosa como parte del comercio económico que tiene aportes importantes a la entidad. Sin embargo, en los últimos años se observa poca participación en el comercio de empresa de forma competitiva.

El interés por desarrollar un modelo de gestión para fortalecer el funcionamiento de la central de abasto en materia de Competitividad se basa en la importancia que tiene este tipo de empresa en la economía estatal y nacional, la central de abasto es fundamental en la distribución y comercialización de productos, por lo tanto su participación en el sector comercial debe

mantenerse activa, en el caso de la central de abasto de la Ciudad de México es uno de los mercados más grande del mundo ubicado en el segundo lugar donde se generan grandes movimientos de dinero en México seguido de la Bolsa Mexicana de Valores.

Si se desea lograr que la central de abasto sea más competitiva, se necesita empezar por crear las condiciones adecuadas de mercado, que implica desde acciones de cumplimiento con el régimen legal hasta la participación en políticas de Estado.

Limitaciones

Una de las limitantes es el acceso de la información a los usuarios, ya que no están siempre en sus locales y en ocasiones puede ser un poco difícil localizarlos. Otra es el tiempo para desarrollar el proceso de levantamiento de campo para integrarlo al documento, debido a que este proceso tiene marcado un periodo y es complicado llegar hasta los usuarios porque no siempre están en sus establecimientos.

Delimitaciones

El estudio se efectuó con base en los datos internos que se obtuvieron en la Central de Abasto de Villahermosa en el desarrollo de la investigación. La investigación se realizó con el personal administrativo, usuarios (Tianguistas y bodegueros) y consumidores de la central de abasto de Villahermosa, Tabasco, de forma general.

Capítulo 2. Marco referencial

El marco referencial se divide en dos apartados: (1) marco contextual, cuya finalidad es contextualizar el escenario en donde se desarrolla la investigación, y (2) marco teórico, en el que se describe el estado del arte de las variables estudiadas para guiar la comprensión teórica del estudio. Es preciso señalar que la revisión sistemática de la literatura se realizó considerando los principales constructos de estudio, los cuales son modelo de gestión, desempeño organizacional, productividad, rentabilidad general y satisfacción del cliente.

En la primera parte del marco teórico se presentan las definiciones de modelo de gestión, desempeño organizacional, productividad, rentabilidad y satisfacción del cliente, así como también sus dimensiones, instrumentos de medición y teorías que expresan su presencia y los efectos que tienen en las empresas, así como la relación que existe entre ellas. Finalmente, este capítulo concluye con la presentación del modelo teórico propuesto para la investigación.

Marco contextual

Tabasco cuenta con una ubicación geográfica clave para la distribución de mercancías, se considera la puerta de entrada a la península de Yucatán, para los años noventa se le determinó como la zona logística regional en esta ubicación del país, los supermercados y grandes empresas (Centros de distribución) lo señalan para la distribución de sus productos dando oportunidad al crecimiento económico del estado (Torrez y Pérez, 2018).

Central de abasto de Villahermosa

Se le denomina central de abasto a espacios cerrados y normalmente semi cubierto ubicado en lugares donde distintos comerciantes suministran a los compradores todo tipo de productos de abarrotes y/o alimentos perecederos tales como frutas, verduras, etc. Es una unidad

diseñada para la distribución de productos, con la finalidad de proporcionar el abasto de los diversos productos a la población.

Abasto y distribución

Utilizar el término abasto y distribución de alimentos describe las características que asume el desarrollo dentro de un territorio y en un contexto socioeconómico temporal determinados, “La presencia de la central de abasto dentro de la zona, da paso a la urbanización del área en que se encuentra” (Orozco y García, 2002, p. 32). Para Torres (2011, p. 66), “Para el proceso del abasto de alimentos se llevan a cabo tres etapas: la producción primaria, provisión del producto, preparación y empaque, acopio, transporte y la distribución al consumidor final”

El proceso administrativo de las centrales de abasto, en este caso la de Villahermosa, está explicada de la siguiente manera:

La parte administrativa de la CAV conformado a través del organismo público descentralizado del gobierno del estado, y con la autoridad que le confiere el artículo 10, fracciones V y VIII de su decreto de creación, publicado en el Diario Oficial del Estado de Tabasco, con número 4826 de fecha 10 de diciembre de 1988, dio origen la Central de Abasto de Villahermosa como un Organismo Público Descentralizado del Gobierno del Estado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, el cual actúa como responsable de la promoción y ejecución de los planes y programas relacionados con la modernización de la infraestructura comercial de productos alimenticios, asignación, venta de bodegas, locales y servicios, debiendo comprender nuevos puntos de acción para unificar a los comerciantes y constituir con ellos un organismo de carácter permanente con amplios y avanzados propósitos de tipo político y económico, para que en el futuro puedan disfrutar de estabilidad (COPLADET, 2019).

Instructivo de operación de la central de abasto de Villahermosa

A continuación, se describen las disposiciones emitidas por el consejo de administración para la operatividad de la CAV, así como también se definen los términos centrales de abasto, bodegueros, tianguis, tianguista, bodegas, locales, usuarios y espacios comerciales que serán utilizados en esta investigación. (Ver Tabla 1)

Tabla 1

Disposiciones generales

Artículo	Descripción
Artículo 1	Las disposiciones contenidas en el presente Instructivo de Operación son de observancia obligatoria para los usuarios y publicó en general asistente al Interior de la CAV.
Artículo 2	Este instructivo de operación tiene por objeto regular las actividades de Comercialización en el interior de la CAV, y están obligados a observar las disposiciones de este Instructivo, los Usuarios de la Central de Abasto de Villahermosa, así como los particulares, visitantes o transeúntes que se encuentren dentro de las instalaciones de la misma
Artículo 3	El servicio público que presta la CAV comprende establecimientos, organización y funcionamiento de instalaciones adecuadas para la comercialización de mercancías o servicios de primera necesidad.
Artículo 4	La Central de Abasto de Villahermosa tendrá las finalidades que marca su Decreto de Creación.
Artículo 5	Para los efectos de este instructivo de operación se entenderá por: I. CENTRAL DE ABASTO: Es la unidad comercial de concentración y distribución de productos alimenticios que proporciona a la población el servicio de abastecimiento; II. BODEGUEROS: Personas físicas o jurídicas colectivas (morales) que realizan la actividad comercial en el área de Bodegas de la Central de Abasto de Villahermosa; III. TIANGUIS: Sitio o lugar señalado expresamente por la Administración General, ubicado en superficies de propiedad del Gobierno del Estado, distintas a las vías públicas, destinados exclusivamente al comercio de productos de la región; IV. TIANGUISTAS: Son las personas que ejercen el comercio única y exclusivamente en los lugares destinados para el tianguis, previa autorización o anuencia de la Administración General; V. BODEGAS: Los espacios físicos construidos y ubicados en el interior de la Central de Abasto de Villahermosa, en los cuales se ejercen actividades de comercio; VI. LOCALES: Los destinados al comercio de alimentos y abarrotes al menudeo y medio mayoreo; VII. USUARIOS: Locatarios, bodegueros y tianguistas formalmente y legalmente establecidos en la Central de Abasto de Villahermosa; y VIII. ESPACIOS COMERCIALES: Espacios comerciales ubicados en el tianguis, donde ofertan sus productos los tianguistas.
Artículo 6	Son autoridades competentes para aplicar e interpretar el presente instructivo de Operación las siguientes: I. El Consejo de Administración; II. El Administrador General; III. El Departamento Jurídico; y IV. La Tesorería

Nota. Elaboración propia con información de (Consejería Jurídica, 2005).

Marco teórico

En este apartado se describe una de las partes más importantes para esta investigación, pues se presenta el estado del arte de las variables utilizadas mediante la teoría, ya que éstos son el fundamento y punto de partida para la elección del modelo.

Comercialización

La comercialización es el conjunto de actividades desarrolladas para facilitar la venta y/o conseguir que el producto solicitado se encuentre en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requerida, de manera que se garanticen ventas rentables (Millán et al., 2018). Según Castillo et al (2015), es la manera de distribución o venta de productos a los mercados para ser comercializados al consumidor final, afrontando los cambios drásticos e inciertos que surgen a nivel local y global (Castillo et al., 2015).

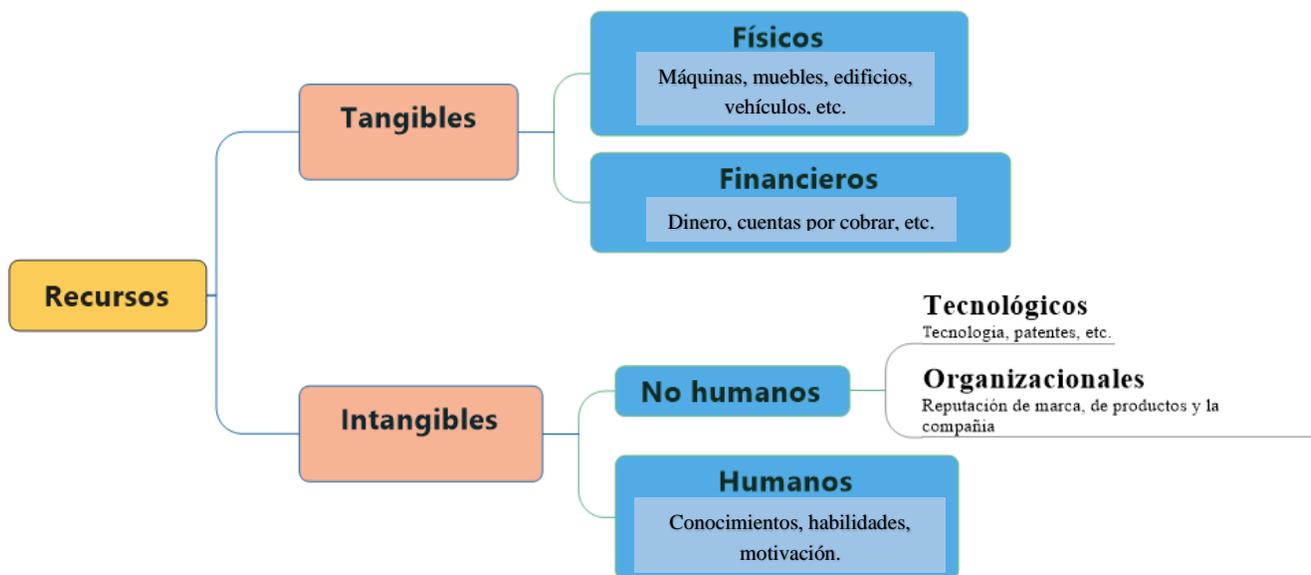
Para Penrose, citado en Kor y Mahoney (2004), estos cambios son recurrentes e inciertos, y esto ha hecho que muchas empresas se inhiban y pierdan las ventajas que en un momento determinado poseían, el autor refiere que la empresa se identifica por los recursos que posee y que la conllevan a un crecimiento a través de sus capacidades. Desarrolló la teoría de recursos y capacidades mediante la cual se presenta crecimiento con base a los recursos productivos que generan valor para la diversidad, el equilibrio y desarrollo de la organización, es así como estos elementos propios de la organización ayudan a afrontar los nuevos retos de competencia (Battista et al., 2017). Es así como la teoría de Recursos y Capacidades es una de las mejores explicaciones disponibles para el éxito de la empresa (Fong et al., 2017). El estudio de esta teoría ha demostrado que el éxito de las empresas se debe en mayor medida a sus características internas y externas, puesto que el beneficio de una organización surge mediante las particularidades de su entorno y los recursos con que cuenta (Huerta et al., 2004; Quezada,

2004). Debido a los cambios organizacionales surgió el tema de la flexibilización a nivel organizacional que consiste en una dinámica empresarial, o bien en el orden social; lo cual se entiende como la capacidad de adaptación que poseen estas respecto a las nuevas demandas del entorno y que permiten el cambio de estrategias conforme a las exigencias y los cambios que se viven actualmente (Bran-Piedrahita et al., 2021).

Wernerfelt, de acuerdo con Penrose, citado por Simancas et al. (2018), los recursos generan fortalezas y determinan las debilidades de una empresa para generar ventajas competitivas. Los recursos son un conjunto de elementos de una empresa para establecer estrategias, las cuales son clasificadas como tangibles e intangibles. (Ver figura 1)

Figura 1

Clasificación de los recursos de una organización (Simancas et al., 2018)



Modelo de Mager y Pipe (1990): es un modelo que brinda la oportunidad de conocer las causas positivas como negativas y poder conocer la situación interna desde el contexto individual como organizacional. Este modelo está compuesto principalmente por la identificación de los

principales problemas que tiene la organización, el segundo paso es conocer el efecto que se tiene ante esta situación en el desempeño organizacional; si es positivo o negativo e indagar sobre lo que falta en la organización, competencias, conocimiento, innovación, etc. El objetivo del modelo es identificar cada uno de estos puntos y ver que no está funcionando correctamente para removerlos y poder lograr el desempeño deseado, lo ideal basado en los autores es que el modelo sea aplicado completamente para un análisis de causas eficiente (Palafox et al., 2016).

Tecnología del Desempeño Humano: De acuerdo con The International Society for Performance Improvement (*ISPI*), la tecnología del Desempeño Humano es de alcance sistemático, mejora la productividad y la competitividad a través de métodos, procedimientos y estrategias que permite resolver problemas y potencializar la performance de las empresas mediante procesos fundamentales: (1) análisis de la performance, (2) análisis de causas e intervención y (3) la planeación estratégica en individuos, grupos pequeños y organizaciones grandes para mejorar el desempeño individual y organizacional. (Vega y Balderas , 2021, p.2)

Productividad

Para Porter, citado por Jaimes et al., (2018), la productividad es un determinante primordial del nivel de vida de una nación a largo plazo, que depende de la capacidad existente en las empresas para lograr valiosos niveles de productividad y para desarrollar ésta en el transcurso del tiempo. Por su parte Tello (2017) manifiesta que la productividad de una empresa considera estar ciertamente relacionada con la producción de innovación, incluso después de examinar la calificación de la mano de obra.

Importancia de la productividad

La importancia de la productividad en una organización está relacionada con su rentabilidad, que se logra a través de la obtención de la máxima calidad (Delfín y Acosta, 2016). Por su parte Adler et al., (2018), manifiesta que la productividad es fundamental para mejorar el nivel de vida. Esto es particularmente cierto en el largo plazo y sobre todo en el caso de la productividad total de los factores, una medida de cuan eficientemente está usando la economía su capital y su trabajo.

Rentabilidad general

La rentabilidad es el rendimiento de la inversión medido sobre ecuaciones de equivalencia financiera (Puente-Riofrío y Andrade-Domínguez, 2016). Es decir, mide la eficiencia con la cual una empresa utiliza sus recursos financieros. Por lo tanto, se afirma que la rentabilidad es la respuesta que se tiene derivada de diversos tipos de actividad económica, puede ser de creación, productivo o de compraventa según Lizcano y Castello citado en (Daza, 2016).

Tipos de rentabilidad

Rentabilidad Económica: un factor para alcanzar la eficiencia empresarial, permite evaluar de forma sostenida y rigurosa los resultados de una organización (Cantero-Cora y Leyva-Cardenosa, 2016).

Rentabilidad Financiera: mejor conocida dentro de la investigación científica como “*return or equity (ROE)*”, o retorno sobre la inversión, que se refiere a la herramienta que más se aproxima a los asociados y dueños (Grimaldi-Puyana y Sánchez-Oliver, 2017).

Rentabilidad Social: Es una especie de política de gestión que redefine la tradicional extensión y proyecciones sociales solidarias, adentrado a un enfoque global de cuidado referente al impacto administrativo y académico (Vallaey y Álvarez, 2019).

La rentabilidad según Hamann et al., (2013) citado en Barradas et al., (2021) señala que una organización es exitosa cuando logra sus objetivos de desempeño basado en indicadores para su medición, la medición del desempeño es un factor clave en el “mejoramiento de la organización” relacionado con la satisfacción del cliente mediante las siguientes mediciones: (Ver Tabla 2)

Tabla 2
Dimensiones del desempeño organizacional

Medición	Concepto
Liquidez	Integra el retorno del flujo de efectivo por empleado, en ventas, en activos y en valor de mercado; y el crecimiento en el flujo de caja.
Rentabilidad	Incluye el retorno por empleado, en ventas, en activos y el valor de mercado; y crecimiento de los ingresos.
Crecimiento	Incluye el crecimiento del empleado, en ventas, en activos, del flujo de efectivo y los ingresos.
Rendimiento en el mercado de valores	Supone que el retorno total de los inversionistas, ratio de Sharpe, alfa de Jensen, ratio de Treynor, Q de Tobin, retorno del flujo de efectivo en valor de mercado y retorno del valor de mercado.

Nota. Basado en (Barradas et al., 2021)

La rentabilidad es el resultado de la productividad del patrimonio utilizado en una gestión. Partiendo desde un diagnóstico a largo plazo dentro de la empresa, el factor clave es priorizar la participación y aumento de la empresa (Porter, 1991). Por su parte De la Garza et al., (2017) mencionan en su investigación que el desempeño organizacional está ligado con tres dimensiones: (1) el rendimiento financiero, (2) la reputación, y (3) el compromiso de los empleados.

Modelo Malcolm Baldrige “Gestión de la calidad para mejorar el desempeño organizacional”: es un modelo orientado al cliente, cuyo objetivo principal está enfocado en la calidad de su servicio y el seguimiento de sus procesos para seguir la metodología orientada al liderazgo, a la planeación estratégica, la satisfacción del cliente y mercado, la gestión de los recursos, y los resultados de la empresa (Escalona y Torres , 2011).

Modelo de Deming; basado en la optimización constante de las actividades empresariales para los cuales estableció algunos indicadores de calidad en la espiral de la mejora para alcanzar niveles óptimos de productividad. (Ver Tabla 3)

Tabla 3
Indicadores de calidad del modelo de Deming

Principio	Conceptualización
Enfoque al cliente	Basado en las estrategias para identificar las necesidades y aspiraciones de sus clientes.
Liderazgo	Basado en la capacidad de un individuo de influir, motivar, organizar y llevar a cabo acciones para lograr los fines y objetivos organizacionales
Participación del personal	Basado en la identificación de las competencias y limitaciones que tiene el personal en el desempeño de sus funciones.
Enfoque en los procesos	Basado en mejorar la eficacia y eficiencia de la organización para lograr los objetivos definidos.
Gestionar como un sistema	Basado en planear, controlar, y mejorar, aquellos elementos de una organización.
Mejora continua	Basado en analizar los procesos que se usan dentro de una organización o administración.
Decisiones basadas en hechos	Este enfoque conlleva al análisis de la información y los datos con la metodología adecuada.
Relaciones positivas con proveedores	Basado en armonizar y cultivar relaciones positivas.

Nota. Elaboración propia basado en (Mata-López et al., 2020)

Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente emerge desde finales de los 70's, desde entonces se realizan investigaciones tanto nacionales como internacionales permitiendo identificar los factores que afectan a los clientes (Nápoles-Nápoles et al., 2016). El servicio al cliente es una pieza clave para

el éxito de cualquier empresa, por tal motivo es necesario mantener un alto grado de satisfacción en el servicio al cliente (De la Hoz y López, 2017).

Kotler citado en Liza y Siancas (2016), conceptualizan a la satisfacción al cliente, como un estado de ánimo del cliente ante un servicio recibido mediante el cual se puede observar sus expectativas que ha ocasionado el producto el servicio recibido.

Generalidades sobre modelos de gestión

Tomando en cuenta que esta investigación tiene como finalidad diseñar un modelo de gestión que permita el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto, se realiza el siguiente apartado para profundizar los diversos conceptos de este término.

Para Armijos et al., (2019) el modelo de gestión desde el contexto administrativo y empresarial es considerado, la acción y efectos de gestionar los recursos de una empresa u organización con el fin de realizar acciones que propicien al logro de objetivos, considerando como elemento de valor al recurso humano puesto que es un factor de éxito para la organización, donde existe una buena gestión existe actitud y buenos resultados. Por su parte Matus (2018) afirma que un modelo de gestión permite organizar y combinar sus recursos a través de buenas prácticas con base en el cumplimiento de sus políticas, objetivos y regulaciones. Por otro lado, Hernández et al., (2018) hacen hincapié en el valor agregado que tiene un modelo de gestión en una organización, debido a la relevancia de sus procedimientos que permiten la participación absoluta de los colaboradores con la finalidad de maximizar las capacidades y aumentar la motivación de estos.

A su vez Lora-Guzmán et al., (2020) presentan un modelo gestión por competencia como estrategia para el mejoramiento de la eficiencia y eficacia organizacional, con enfoque en las competencias del saber, saber hacer y ser, tal como lo plantean Morin y McClelland, cuyo

objetivo se centra en el fortalecimiento y desarrollo del talento humano, hasta implementarlo para así aumentar la eficacia y eficiencia organizacional. Luna y Anaya (2018) manifiestan que los modelos de gestión son diferentes y que cada uno aporta diversas estrategias a nivel organizacional, con la finalidad de incrementar el desempeño organizacional de las empresas, principalmente mediante el cumplimiento de los procedimientos que lleven a las empresas a las buenas prácticas en su entorno laboral con el objetivo de generar un buen ambiente laboral que permita el logro de los objetivos planteados según la empresa.

Hernandez (2013) realizó una investigación basada en una propuesta referente a los modelos de gestión empresariales desde el contexto de gestión de intangibles y calidad total, en su propuesta presenta una clasificación de modelos de gestión y medición con base en el Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento (CIC) (2003), en el primer apartado se enfoca en los sistemas de gestión empresarial cuya finalidad no es necesariamente el recurso humano, sin embargo está intrínsecamente relacionado. El segundo apartado menciona modelos básicos últimamente estudiados. (Ver tabla 4). De los modelos analizados toma de referencias al modelo *Intellectus*, en la vertiente de intangibles, y al modelo EFQM (*European Foundation for Quality Management*), en la faceta de calidad por los diversos elementos que contiene y se relaciona con su investigación.

Tabla 4

Modelos de Gestión según la clasificación de CIC

Modelo	Conceptualización	Indicadores	Clasificación
Balance Scorecard (Kaplan y Norton, 1992)	Es un modelo de gestión que permite a las empresas tener una visión general y relacionada con los objetivos de la empresa.	Indicadores intangibles Indicadores financieros	Relacionado

Modelo Dow Chemical (Dow Chemical, 1998)	Modelo basado en la medición y gestión de los activos invisibles y el resultado que tienen en la actividad económica.	Indicadores intangibles con impacto en los resultados organizativos	Relacionado
Modelo de aprendizaje organizativo KPGM (1996)	Es un modelo que relación aspectos culturales como estructura organizativa, cultura, liderazgo, componentes de aprendizaje, actitudes de los individuos, capacidad de trabajo en equipo, etc.	Factores de aprendizaje Factores que condicionan los resultados de aprendizaje	Relacionado
Modelo de Roos (Roos, Drangonetti y Edvinsson, 1997)	Mide recursos intangibles con orientación al capital financiero e intelectual	Indicadores de CI que integran los diferentes indicadores en una sola medida	Relacionado
Modelo de Stewart (1998)	Modelo basado en las formas en que miden las empresas la elaboración de capitales humanos, estructura y clientes	Indicadores internos Indicadores de clientes	Relacionado
Teoría de los agentes interesados (Atkinson, Waterhouse y Wels, 1998)	Modelo que muestra a los grupos como miembros unidos por una causa en beneficio del equipo.	Indicadores de rendimiento de los agentes	Relacionado
Directrices Meritum (Cañibano et al., 2002)	Modelo basado en la identificación, medición y seguimiento para la evaluación de los recursos intangibles.	Indicadores intangibles críticos	Relacionado
Modelo de dirección estratégica por competencia (Bueno, 1998)	Modelo basado en analizar la creación y sostenimiento de la ventaja competitiva	Indicadores de competencias básicas distintivas	Relacionado
Modelo de Gestión Arthur Andersen (1999)	Modelo enfocado en la creación de valor a los clientes, a través del conocimiento adquirido por los individuos de la organización.	Flujo de información valiosa	Relacionado
Modelo de creación, medición y gestión de intangibles “Diamante del conocimiento” (Bueno, 2001)	Modelo basado en la creación, medición y gestión de intangibles	Indicadores de información, aprendizaje e innovación y competencias básicas	Relacionado
Intellectual Capital Benchmarking System ICBS (Viedma, 2001)	Una metodología y una herramienta para medir y gestionar el capital intelectual.	Indicadores de competencias de benchmarking	Relacionado

Básico

(Edvinsson, 1993)	En un modelo encargado de la clasificación de los elementos que componen el capital intelectual.	Indicadores de media absoluta Índices de eficiencias del C.I.	
Technology Broker (Brooking, 1996)	Este modelo consiste en examinar todos los activos inmateriales de la empresa y documentar su existencia.	Indicadores cuantitativos Auditoría del C.I.	Básico
Modelo de la Universidad Werstern Ontario (Bontis, 1996)	Modelo basado en un sistema de bloques de capital intelectual interrelacionados, que determinan los resultados empresariales	Indicadores de resultados organizativos	Básico
Modelo del Canadian Imperial Bank of Commerce (Saint Onge, 1996)	Este modelo muestra la relación entre el Capital Intelectual y su medición y el aprendizaje organizacional.	Indicadores de aprendizaje	Básico
Monitor de Activos intangibles (Sveiby, 1997)	Este modelo se basa en los indicadores que marcan el cambio e indican flujos de conocimiento.	Indicadores de crecimiento y renovación Indicadores de eficiencia Indicadores de estabilidad	Básico
Modelo Nova (Camisón, Palacios y Devece, 1998)	Este modelo presenta los factores que condicionan la capacidad de aprendizaje de una organización, así como los resultados esperados.	Indicadores de procesos dinámicos	Básico
Modelo Intellect (Euroforum, 1998)	Este modelo agrupa los activos intangibles en función de su naturaleza.	Indicadores de presente y futuro	Básico
Modelo Intellectus (CIC,2003, 2011)	Este modelo se centra en el campo de trabajo y la medición de los conocimientos de las organizaciones.	Indicadores de desarrollo de los intangibles y del capital intelectual	Básico

Nota. Adaptado de Hernández (2013) y Navarro (2014)

Basado en la información anterior, existe la investigación de Padilla-Ornelas y Martínez-Serna (2018) que manifiestan la relevancia de la información, sobre todo en los individuos que están dentro de la organización y estos como lo utilizan en su área de trabajo, ejerciendo buenas prácticas que permitan mejorar el desempeño organizacional en las organizaciones y por ende mejorar su productividad, la satisfacción de los clientes y su rentabilidad, siendo su principal objetivo incrementar los resultados de la organización. Los autores concluyen que cuando no se

aplican las diversas estrategias que contribuyen a logro de objetivos, la planeación estratégica, y los elementos que hacen funcionar a la organización, no habra efectos en la cultura organizacional, limitando así el incremento del desempeño organizacional.

Estudios relacionados con la mejora del desempeño organizacional en las organizaciones

El desempeño organizacional es el resultado de la medición de una organización. Por tal motivo, Mediver (2018) manifiesta que existen muchos elementos que permiten el crecimiento de una empresa, sobre todo si se habla de los empleados, a nivel organizacional lo que se busca es implementar nuevos procesos que ayuden a las organizaciones a permanecer en los nuevos mercados de competencia.

Dicho autor realizó un estudio sobre el desempeño organizacional a través de las prácticas de la gestión de la calidad, gestión del conocimiento y liderazgo transformacional en una universidad privada. El autor planteó dentro del problema de investigación, que hay temas muy rigurosos para las empresas, donde la alta complejidad y competitividad hacen que éstas vivan procesos de cambios acelerados aunados a mayores exigencias de calidad en los productos y/o servicios por parte de los clientes. Por tal motivo el autor menciona que las empresas deben tener altos estándares de desempeño, competencias y habilidades para competir en un mundo globalizado, cambiante y complejo, logrando así su permanencia en el mercado.

En la investigación de Hernández et al., (2010), aplicada al Grupo de la Construcción de Varadero y sus diez empresas en perfeccionamiento en Cuba, se mencionan diversos modelos de gestión para la mejora del desempeño humano, donde se planteó el problema de investigación para perfeccionar la gestión del capital humano y que se integre mejor a la estrategia empresarial. En respuesta a su planteamiento se presentan algunos modelos. (Ver Tabla 5)

Tabla 5

Modelos de gestión para la mejora del desempeño humano cubano

Modelos	Conceptualización	Indicadores
Modelo para la gestión del cambio organizacional integrado	Este modelo se basa en la planeación estratégica, en el aprendizaje y la innovación a través del trabajo, del conocimiento y la motivación de las personas.	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar el rumbo estratégico para emprender un perfeccionamiento de alto impacto. • Realización de la acción del cambio • Seguimiento al avance del proceso y el impacto en el desempeño de la empresa
Modelo de perfeccionamiento empresarial cubano	Este modelo se basa en incrementar al máximo la eficiencia y competitividad.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la empresa en su entorno interno y externo. • Minimizar los riesgos
Modelo y Sistema de Evaluación de Empresas de Alto Desempeño (MYSIVALE)	Este modelo se basa en que hacen falta nuevos paradigmas gerenciales al nivel de las organizaciones empresariales.	<ul style="list-style-type: none"> • Indicadores de Innovación • Enfoque sistémico y de proceso • Indicadores de competencias
Modelo de Gestión de Recursos Humanos de Diagnóstico, Proyección y Control (GRH DPC)	Es un modelo de Gestión de Recursos Humanos (GRH), adecuado a la práctica laboral de empresas y organizaciones cubanas, tomando las invariantes del modelo de Beer y colaboradores modificado y tomando otros conceptos.	<ul style="list-style-type: none"> • Indicadores de recursos humanos • Indicadores de educación y desarrollo • Indicadores de sistema de trabajo
Modelo cubano de gestión integrada de capital humano	El modelo propone reflexionar y encontrar respuestas a las interrogantes: ¿qué entender por gestión integrada del capital humano?, ¿cómo lograr la integración de la gestión del capital humano con la estrategia en la empresa cubana?	<ul style="list-style-type: none"> • Indicadores de planeación estratégica • Indicadores de solución de problemas y toma de decisiones • Indicadores de clima laboral

Nota. Elaboración propia con información basada en (Hernández et al., 2010)

Los autores manifiestan que el escenario necesario para desarrollar un modelo de mejora del desempeño es la planeación estratégica, el desarrollo de la función de recursos humanos, y el fortalecimiento de la función administrativa.

Por su parte, Vera-Mendoza (2019) realizó una investigación sobre la importancia de las competencias laborales como principal elemento organizacional, para hacer frente a los cambios recurrentes por la alta competitividad y globalización y lograr un desarrollo organizacional y humano. Por tal motivo aplican la formación de las competencias alineado al sistema de gestión empresarial fundamentado en la planeación estratégica y las capacidades para lograr y mantener una posición de excelencia.

Modelo propuesto y el estado del arte.

Después de realizar una revisión de los centros de estudios académicos donde se produce investigación y que permiten el análisis a las variables estudiadas, se utilizaron los elementos de aquellas problemáticas similares para determinar la estrategia adecuada y el método analítico correcto para dar solución al problema planteado. (Ver Tabla 6)

Tabla 6

Modelos utilizados en la construcción del modelo propuesto para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto

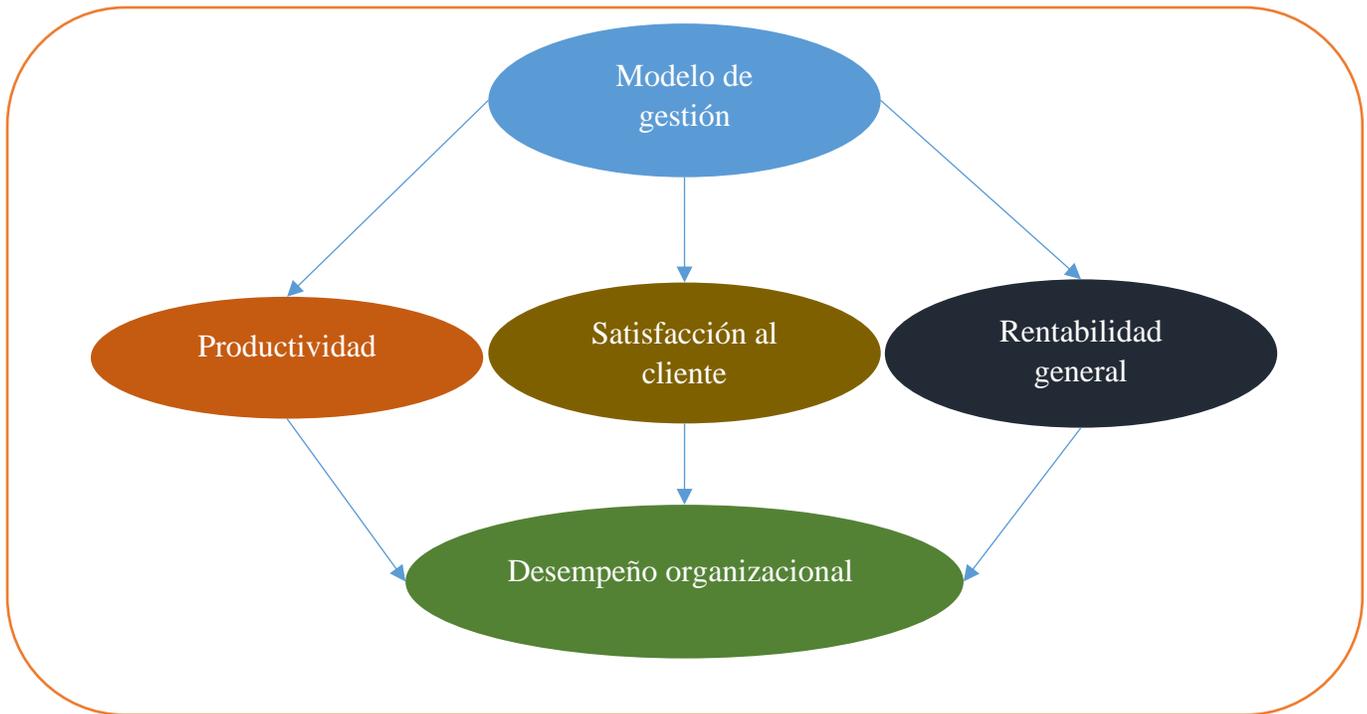
Modelo	Aportación específica del modelo
Modelo de Mager y Pipe	Paso 1 y 2
Modelo de tecnología del desempeño humano	Fase 2 y 3
Modelo del desempeño organizacional	Mediciones 2 y 3
Modelo Deming	Mediciones 1, 3 y 6

Nota. Elaboración propia

De los elementos visualizados en la tabla anterior se diseñó el siguiente modelo propuesto para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto. (Ver Figura 2)

Figura 2

Modelo de análisis de investigación



Nota. Elaboración propia basado en (Palafox et al., 2016); (Vega y Balderas, 2021.); (Barradas et al., 2021) y (Mata-López et al., 2020).

La figura 2 corresponde al modelo teórico propuesto. Se pueden observar las variables principales que permiten el uso correcto y adecuado ante el modelo de gestión. Los autores involucrados manifiestan que la productividad, la satisfacción al cliente y la rentabilidad son elementos de gestión prioritarios para un desempeño organizacional eficaz, puesto que las empresas deben tener bien claros sus procesos, es decir, que no solo es tema de costos o de calidad lo que definirá el destino de una organización, sino más bien de las estrategias que la

administración lleve a cabo, sobre todo aquellos procesos que aumenten la capacidad de adaptación ante las necesidades del mercado y que permitan su permanecía.

A lo largo de este capítulo se analizaron y expusieron teorías, investigaciones y antecedentes de fuentes válidas y confiables, origen por el cual se organiza y conceptualiza el estudio. Cabe mencionar, que el sustento teórico, establece la representación del análisis y la visión del problema que se asume en esta investigación.

En este espacio se observaron investigaciones ya realizadas sobre la problemática estudiada y se determina como el desempeño organizacional funciona como una base para el desarrollo de estrategias que optimizan y fortalecen el trabajo de cada una de las áreas involucradas.

Capítulo III. Metodología de la investigación

A continuación, se describen los elementos metodológicos de la investigación. Se presenta el proceso utilizado, la estrategia de investigación y el diseño abordando tres fases (diagnóstico, diseño del modelo y validación de éste).

Fase 1: Diagnóstico

Este estudio vinculó datos cualitativos y cuantitativos. En la recopilación de datos cualitativos se observaron, describieron y analizaron los problemas y necesidades que tenía la unidad de análisis desde la percepción de los propios sujetos. Para responder a las hipótesis propuestas en esta investigación desde el enfoque cuantitativo se recolectaron, se analizaron y se vincularon los datos cualitativos y cuantitativos para dar así la validez al modelo propuesto.

Parte cualitativa

Alcance y diseño

En esta primera parte del diagnóstico, el alcance es descriptivo, lo cual implica observar y describir el comportamiento de un sujeto sin influir sobre él de ninguna manera (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). La técnica que se utilizó en esta investigación fue la entrevista, lo cual permitió un acercamiento directo a los individuos a la realidad. El diseño fue no experimental debido a que no hubo manipulación deliberada de las variables, sin intervenir en el ambiente en que interactúa la población en estudio, y transversal debido a que la recolección de datos se desarrolló en un solo momento, sin seguimiento. El método fue inductivo.

Participantes

La integración del grupo de sujetos o participantes permitió responder los objetivos planteados y son fundamentales en la investigación, pues una apropiada selección no solo brinda

resultados confiables, sino que dichos resultados puedan ser exportados a otras poblaciones similares (Arias-Gómez et al., 2016).

Caracterización de informantes clave

En la Tabla 7 se presenta el total de personas que conforma el universo de estudio, dependiendo de su tipo. Se determinó el siguiente tipo de personal, puesto que son los principales actores que intervienen en las diferentes áreas conformadas por la CAV.

Tabla 7

Total de personas que laboran en la CAV por tipo y participantes clave

Tipo de personal	Total de participantes
Personal administrativo	79
Usuarios	227
Clientes	100
Total	407

Nota. Elaboración propia con información basada de (Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo [SDET], 2019).

Se considera informantes clave a quienes están directamente relacionados con el problema de investigación, cuyos testimonios pueden arrojar información valiosa en este estudio. Por consiguiente, los resultados presentan una descripción determinada de las características y experiencias dadas durante el proceso. (Ver Tabla 8)

Tabla 8

Total de personas por tipo e informantes clave

Tipo de personal	Informantes clave
Autoridades administrativas	5
Locatarios	5
Bodegueros	5
Tianguistas	5
Clientes	5
Total	25

Nota. Elaboración propia con información basada de (Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo [SDET], 2019).

Instrumentos

Para hacer el diagnóstico, con el método cualitativo, se realizaron tres guías semiestructuradas para indagar sobre las problemáticas que afectan a la CAV. Cada una se elaboró con base en el tema de investigación y sobre lo que se quería obtener del informante, se realizaron preguntas abiertas de forma que el informante pudiera expresar sus opiniones que permitieran explorar sobre el tema. Las entrevistas semiestructuradas se realizaron con antelación, cada pregunta fue elaborada con base en la observación previamente realizada, se identificó a los principales actores para las entrevistas: la administración, los usuarios (tianguistas y locatarios) y los clientes. Cada pregunta fue abordada desde la exploración realizada para cada escenario, con el objetivo de comprender las necesidades o problemáticas que se tiene en cada entorno.

Validez

Las guías fueron sometidas al juicio de tres expertos en la materia, doctores en planeación estratégica quienes asesoraron el diseño de dichos instrumentos, indicaron que los elementos a verificar estaban debidamente representados en el instrumento (validez de contenido), y que las preguntas se apegan a los constructos correspondientes según lo definido en el marco teórico (validez de constructo). Dichas evaluaciones están en el Apéndice A.

Confiabilidad

Se aplicó cada guía a tres personas profesionales con experiencia en el tema para verificar la tendencia de sus respuestas y si entendían la redacción. Los resultados fueron favorables para cada instrumento.

Procedimiento

El procedimiento para recabar los datos se llevó a cabo a través de la técnica de entrevistas al personal administrativo y usuarios presentes en la CAV, solicitando la autorización para su realización a través de una carta de presentación dirigida a la máxima autoridad de esta organización. Las entrevistas fueron aplicadas por la persona que realiza esta investigación en horarios matutinos de 8:00 horas a 12:00 horas (ver Apéndice A).

Plan de análisis de la información

Para el análisis se transcribieron las notas obtenidas en las entrevistas con base en un proceso organizado y sistematizado, buscando realizar un análisis profundo de los resultados obtenidos y así llevar al cabo la evaluación de estos, según el modelo de Savall (2003). Las entrevistas se aplicaron en forma individual a cada uno de participantes (autoridades, usuarios y clientes), quienes proporcionaron la información necesaria para determinar cuáles son los principales problemas que afectan la CAV. Para la interpretación de la información, se establecieron indicadores y valores de medición que se presentan en la Tabla 9, según se muestra a continuación:

Tabla 9
Frecuencia de ideas clave

Cuantitativa	Cualitativa	Simbología
90 a 100% de las personas	Siempre	(S)
70 % a 89 % de las personas	Frecuente	(F)
40 % a 69% de las personas	Algunas veces	(Av)
20% a 39% de las personas	Pocas veces	(Pv)
1 a 19% de las personas	Rara vez	(Rv)

Nota. Elaboración propia para abordar este trabajo.

Después de recopilar la información, se organizaron las respuestas y se analizaron con base en la metodología de Savall (2003), para así obtener las conclusiones y los resultados que muestran en el capítulo IV.

Parte cuantitativa

Con el objeto de conocer las debilidades y fortalezas que tiene la CAV, para el incremento de la productividad se aplica el cuestionario para caracterizar el estado de dichas debilidades y fortalezas. Por consiguiente, (1) se establecen las dimensiones que deben ser utilizados en la recolección de información; (2) se establece los participantes en el estudio; (3) se diseña el instrumento a utilizar; (4) se manifiesta el procedimiento de recolección de información, y (5) se elabora el plan de análisis de la información. Abarcó usuarios y clientes, se obtuvo las muestras respectivas, de manera que estén debidamente representados en el estudio.

Alcance y diseño

En esta investigación se utilizó el diseño no experimental debido a que no hubo manipulación deliberada por parte del investigador, se asistió a las instalaciones de la CAV para analizar y observar a los usuarios y clientes que integran esta organización, sin la intención de modificar conductas o alterar el entorno y las condiciones en el que se desarrollan (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). El alcance es descriptivo, con diseño no experimental transversal debido a que la medición de las variables se realizó en un sólo momento en el tiempo, sin seguimiento (Landeró y González, 2016). El método empleado es deductivo porque se inició con una idea que gradualmente fue delimitándose, pasando de lo general a la aplicación particular (Bernal, 2010).

Población y muestra

Usuarios (tianguistas y bodegueros).

Los participantes se refieren a un “conjunto de individuos u objetos de interés o medidas obtenidas a partir de todos los individuos u objetos de interés”, Lind, Marchal y Wathen, citados por Robles (2019, p. 245).

Tabla 10

Universo de estudio parte cuantitativa

Tipo de persona	Número de personas
Usuarios internos	227
Clientes	2,500

Nota. Elaboración propia con información basada de (secretaría de Desarrollo Económico y Turismo [SDET], 2019).

Para una muestra probabilística se necesitan esencialmente dos puntos: determinar el tamaño de la muestra (n) y elegir los aspectos muestrales, de tal forma que exista la misma probabilidad de ser seleccionados (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

Son dos muestras, una para clientes y otra para usuarios (tianguistas y bodegueros). Para el caso de los usuarios, el tamaño de la muestra requerido ascendió a 143, la cual fue calculada estimándose un nivel de confianza del 95% ($z=1.96$), $p=q$ 0.05%.

Clientes.

Para determinar el tamaño de la muestra de los clientes se realizó un trabajo de campo que consistió en realizar un sondeo con apoyo de vigilancia durante cinco días (lunes a viernes), considerando las horas con más afluencia (7:00 a.m. a 12:00 p.m.) para determinar el número aproximado de clientes que visitan la central de abasto, durante estos días y en el horario ya

mencionado. De esas observaciones se estiman 100 clientes aproximadamente por hora que, multiplicado por cinco horas de forma diaria, genera un total de 500 clientes aproximadamente de forma diaria. Por consecuente, al multiplicar estos 500 clientes por los cinco días analizados, resulta un número de clientes de 2,500 aproximadamente, que aplicando un nivel de confianza del 95% ($z=1.96$), $p=q$ 0.05%, genera una población con una muestra de 333.

Para la obtención de la muestra, se realizó el siguiente cálculo.

$$n = \frac{N \cdot z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N-1) + z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

n : Tamaño de muestra buscado

N : Tamaño de población o universo

Z : Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza (NC)

e : Error de estimación máximo aceptado

p : Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito).

q : $(1-p)$ = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado.

Acorde a la fórmula los valores fueron: $N=2,500$, $Z= 1.960$, $p= 0.50\%$, $Q= 0.50\%$ y $E=0.05\%$ la muestra buscada fue de $n= 333.11$

Las características de tipo, diseño y método aplicados para este apartado serán las mismas que para los usuarios internos. No se conoce el número de clientes exacto, pues el acceso es aleatorio. Con base en la información obtenida en el sondeo realizado en el interior de la CAV, se estima un aproximado de cien clientes por hora. Para llevar a cabo la aplicación del cuestionario se dispone de cinco horas aproximadamente en la CAV de manera diaria, por lo cual, se aplicaron trescientos treinta y tres cuestionarios con base en la muestra obtenida mediante la fórmula.

Instrumentos

Se utilizaron dos cuestionarios estructurados, uno para los usuarios (tianguistas y bodegueros), que está conformada por 22 ítems asociados a cinco dimensiones de la siguiente manera: Servicios de la CAV (4 ítems); Manejo administrativo (5 ítems); Comunicación (3 ítems); Servicio al cliente (5 ítems); Infraestructura (5 ítems), y otro cuestionario, el cual corresponde a los clientes y está conformado por 13 ítems asociados a tres dimensiones, representado de la siguiente forma: Servicios de la CAV (5 ítems); Servicio al cliente (4 ítems); Infraestructura (4 ítems). Ambos cuestionarios fueron sometidos al juicio de tres expertos para la validez de contenido, quienes indicaron que los factores a verificar estaban debidamente representados en el instrumento. Para la validez de constructo se recurrió al análisis factorial.

En la tabla 11 se presenta las especificaciones de las variables sociodemográficos del cuestionario a clientes.

Tabla 11

Especificaciones de las variables sociodemográficos cuestionario clientes

Variable	Dimensión	Definición operacional	Ítem/indicadores	Escala
Género	Género	Identifica el sexo del encuestado	1= “Masculino” 2= “Femenino”	Nominal
Edad	Edad	Identifica la edad del encuestado	1= “18 a 29 años” 2= “30 a 39 años” 3= “40 a 49 años” 4= “50 a 59 años” 5= “60 años o más”	Nominal
Lugar de residencia	Lugar de residencia	Identifica el lugar de residencia del encuestado	1= “Chontalpa” 2= “Centro” 3= “Ríos” 4= “Sierra” 5= “Otros”	Nominal
Frecuencia con que compra	Frecuencia con que compra	Identifica la frecuencia en que realiza sus compras el encuestados	1= “Una vez por semana” 2= “De dos a tres veces por semana.” 3= “Mas de tres veces por semana”	Nominal

Que es lo que compra en la CAV	Que es lo que compra en la CAV	Identifica las compras que realizan los encuestados	1= "Abarrotes en general" 2= "Frutas y verduras" 3= "Alimentos" 4= "Plásticos y desechables" 5= "Refrescos"	Nominal
--------------------------------	--------------------------------	---	---	---------

Nota. Elaboración propia.

En la tabla 12 se muestra especificaciones demográficas del cuestionario para usuarios. Para el caso de las variables/características que conforman a las variables de investigación, véase la matriz de convergencia en el Apéndice C.

Tabla 12

Especificaciones de las variables sociodemográficos del cuestionario para usuarios

Variable	Dimensión	Definición operacional	Ítem/indicadores	Escala
Género	Género	Identifica el sexo del encuestado	1= "Masculino" 2= "Femenino"	Nominal
Edad	Edad	Identifica la edad del encuestado	1= "30 a 49 años" 2= "50 a 59 años" 3= "60 años o más"	Nominal
Lugar de residencia	Lugar de residencia	Identifica el lugar de residencia del encuestado	1= "Tabasco" 2= "Otro estado"	Nominal
Frecuencia	Frecuencia	Identifica la frecuencia en que llegan los proveedores	1= "Una vez por semana" 2= "De dos a tres veces por semana." 3= "Mas de tres veces por semana"	Nominal
Consumo	Consumo	Identifica que es lo que más consumen los clientes	1= "Abarrotes en general" 2= "Frutas y verduras" 3= "Plásticos y desechables" 4= "Alimentos"	Nominal

Nota. Elaboración propia.

Procedimiento

Se aplicó la técnica de cuestionario a usuarios y clientes presentes en la CAV, solicitando la autorización para su realización a través de la carta de presentación dirigida a la máxima autoridad de esta organización. El cuestionario fue aplicado por la persona que realiza está

investigación, en horarios matutinos de 10:00 a 14:00 horas. Para el análisis se transcribieron los datos obtenidos en el cuestionario con base en un proceso organizado y sistematizado, buscando realizar un análisis de los resultados obtenidos mediante el programa estadístico SPSS. Los cuestionarios fueron evaluados en función de la suficiencia, coherencia, relevancia y claridad, siguiendo los parámetros e indicadores establecidos por Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez (2008). (Ver Tabla 13)

Tabla 13

Indicadores de evaluación de ítems

Categoría	Clasificación	Indicador
Suficiencia	1. No cumple con el criterio	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión
	2. Bajo nivel	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total
	3. Moderado nivel	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente.
	4. Alto nivel	Los ítems son suficientes
Claridad	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro
	2. Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
Coherencia	1. No cumple con el criterio	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión
	2. Bajo nivel	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.
	3. Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo.
	4. Alto nivel	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
Relevancia	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
	2. Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide este.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Nota. Con información obtenida en Escobar-Pérez, Cuervo-Martínez (2008).

Los expertos comentaron que el instrumento presenta claridad, coherencia, objetividad y que por lo tanto se encuentra apto para su aplicación (ver apéndice A). Concordaron que el

instrumento se presentó de forma congruente con las dimensiones de estudio, y realizaron observaciones relativas a la simplificación de los enunciados para ser comprendidos en el sentido que corresponda.

Análisis factorial exploratorio

Con la finalidad de asegurar la Validez y confiabilidad del instrumento (Burgos y Escalona, 2017), se integró la prueba piloto con 100 formularios completados por los participantes para el caso de los clientes, mismos que cumplen con el criterio sobre el tamaño de la muestra para estudios piloto descrito por Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018.

Fiabilidad (alfa de Cronbach)

Con ayuda del software estadístico IBM SPSS (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales, por sus siglas en inglés), se determinó la fiabilidad para las tres dimensiones utilizadas para conocer las fortalezas y debilidades de la CAV para el cuestionario de clientes, utilizando el coeficiente del Alpha de Cronbach (α), las cuales resulta en su mayoría en un $\alpha > 0.7$. (Ver Tabla 14)

Tabla 14

Confiabilidad por cada variable del instrumento de clientes

Medida	Alfa de Cronbach	No. De elementos	Valoración
Servicios de la CAV	.71	5	Bueno
Servicio al cliente	.76	4	Bueno
Infraestructura	.70	4	Bueno

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos en el análisis de fiabilidad en SPSS.

Para su valoración, se utilizó el criterio de Rodríguez (2013), el cual considera que un Alpha más grande que 0,7 indica una buena confiabilidad de la prueba. Pero en muchos casos, un

Alpha entre 0,5 y 0,7 se considera como aceptable en educación, por lo tanto, se asume que los ítems que integran las dimensiones del instrumento son confiables.

Resultados e interpretación

Con base en los datos analizados se puede determinar que el instrumento es aceptable para su aplicación. Sin embargo, se realizan ajustes para aumentar la fiabilidad del instrumento: (1) se procede a analizar con el programa SPSS y se revisa nuevamente la normalidad de los datos; (2) se determinan los ítems que expresan mejor cada dimensión y se reestructuran aquellos ítems que no explican adecuadamente el constructo; (3) se explora nuevamente los coeficientes de fiabilidad y validez de constructo. (Ver Tabla 15)

Tabla 15

Confiabilidad por cada variable del instrumento de usuarios sin ajuste

Medida	Alfa de Cronbach	No. De elementos	Valoración
Servicios de la CAV	.79	4	Bueno
Manejo administrativo	.95	5	Bueno
Comunicación	.77	3	Bueno
Servicio al cliente	.84	5	Bueno
Infraestructura	.78	5	Bueno

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos en el análisis de fiabilidad en SPSS.

Plan de análisis de la información

La segunda fase (parte cuantitativa) consistió en la exploración estadística descriptiva para identificar la existencia de datos perdidos, participantes no comprometidos, datos atípicos y caracterizar a la muestra. Se emplearon las utilerías de Excel y el programa SPSS.

El análisis factorial exploratorio (AFE) es uno de los métodos más utilizados en el desarrollo y la validación de contenidos de instrumentos de medición en el campo de la investigación (Lloret-Segura et al, 2014). Se realizó el AFE para determinar la fiabilidad, validez y confianza en la estructura del cuestionario para medir el modelo teórico propuesto, en el cual se estudian las dimensiones servicios de la CAV, servicio al cliente e infraestructura. El cuestionario está compuesto por 13 ítems. (Ver Tabla 16).

Tabla 16

Agrupación de ítems del cuestionario diseñado para conocer las fortalezas y debilidades de la Central de Abasto de Villahermosa (CAV).

Dimensiones	Descripción	No. de ítems	Escala
<i>Servicios de la CAV</i>	Se entiende por servicios de la CAV al ofrecimiento de ventas de abarrotes en general, frutas y verduras en pro de la satisfacción de las necesidades de los clientes.	5	1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo
<i>Satisfacción del cliente</i>	La satisfacción del cliente se basa en una comprensión de las expectativas para brindar una experiencia satisfactoria, retener y desarrollar la sustentabilidad de las centrales de abasto.	4	1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo
<i>Infraestructura</i>	Se entiende por infraestructura al conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para el funcionamiento en las centrales de abasto	4	1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo

Nota. Elaboración propia (2020).

Recolección de información de la prueba piloto

Para llevar a cabo la prueba piloto se diseñaron dos cuestionarios para conocer las fortalezas y debilidades de la CAV, aunque posteriormente se calcularon los datos en una hoja de cálculo de Excel para ser procesados mediante el software de IBM SPSS 22.

Método de extracción Máxima verosimilitud y rotación Varimax para el análisis factorial exploratorio por cada variable del cuestionario para clientes.

Tabla 17

Servicios de la CAV

Medida	Media	Desviación estándar	Factor	h2
5. La seguridad que nos brinda como usuarios las autoridades de la CAV.	3.13	.63	.96	.93
2. La variedad de los productos de abarrotes	3.11	.80	.96	.61
1. La calidad de los servicios que ofrece la CAV	3.14	.63	.78	.92

Nota. Método de extracción máxima verosimilitud rotación Varimax, h2=comunalidades, varianza explicada 82.38%, KMO= .61, $X^2= 407.391$, gl= 3, p< .000.

Tabla 18

Dimensión Servicio al cliente

Medida	Media	Desviación estándar	Factor	h2
9. Considero necesaria la implementación del servicio a domicilio.	3.12	.65	.83	.69
8. Recomendaría a otras personas comprar en la CAV.	3.10	.68	.76	.58
6. La atención que recibo por parte de los vendedores.	3.16	.73	.74	.55
7. Estoy de acuerdo en volver a comprar en la CAV.	3.10	.67	.71	.51

Nota. Método de extracción máxima verosimilitud rotación Varimax, h2=comunalidades, χ^2 Varianza explicada 58.711%, KMO= .71, $X^2= 101.065$, gl= 6, p< .000.

Tabla 19

Dimensión Infraestructura

Medida	Media	Desviación estándar	Factor	h2
11. El estacionamiento de la CAV.	3.14	.63	.95	.90
10. Las condiciones de las instalaciones de la CAV.	3.24	.74	.86	.75
13. La distribución de las áreas	3.12	.65	.85	.93

Nota. Método de extracción máxima verosimilitud rotación Varimax, h2=comunalidades, varianza explicada 79.921 %, KMO= .62, $X^2= 178.525$, gl= 3, p< .000.

Con base en el resultado de todas las dimensiones para la prueba del grado de relación conjunta es aceptable ($KMO > 0.70$). La prueba de esfericidad de Bartlett en todos los casos fue significativa al arrojar cero ($p = .000$).

Los resultados de varianza total explicada en todos los casos fueron superiores a 50%. Los valores de las comunalidades fueron aceptables ($h^2 > 0.3$). Por consiguiente, el cuestionario para medir las fortalezas y debilidades de la CAV se ajusta de 13 a 10 preguntas (Ver Apéndice E), donde se presentan los resultados aceptables para validez de constructo.

Método de extracción Máxima verosimilitud y rotación oblimin directo para el análisis factorial exploratorio por cada variable del cuestionario de usuarios.

Tabla 20

Dimensión Servicios de la CAV

Medida	Media	Desviación estándar	Factor	h2
4. La seguridad que ofrece la CAV.	3.22	1.31	.92	.85
1. Los servicios brindados para el funcionamiento de la CAV.	3.28	1.27	.91	.83
2. Los servicios que recibo justifican lo que pago por ellos	3.24	1.28	.90	.81

Nota. Método de extracción máxima verosimilitud, rotación oblimin directo, h^2 =comunalidades, varianza explicada 83.497 %, $KMO = .75$, $X^2 = 89.016$, $gl = 3$, $p < .000$.

Tabla 21

Dimensión Manejo administrativo

Medida	Media	Desviación estándar	Factor	h2
7. Cuento con lo necesario para hacer mi trabajo en la CAV.	3.26	1.065	.96	.92
9. Considero que mantener limpia el área de trabajo depende de cada uno de nosotros como usuarios.	3.30	1.074	.95	.91
5. Tengo claro quién me representa dentro de la CAV.	3.26	1.103	.93	.86
6. Conozco las funciones que han sido establecidas en el reglamento para los usuarios de la CAV.	3.32	1.077	.92	.86
8. La venta al mayoreo es una de nuestras principales actividades dentro de las funciones que tenemos en la CAV.	3.32	1.077	.92	.84

Nota. Método de extracción máxima verosimilitud, rotación oblimin directo, h2=comunalidades, varianza explicada 88.50%, KMO= .72, $\chi^2= 406.85$, gl= 10, p< .000.

Tabla 22

Dimensión servicio al cliente

Medida	Media	Desviación estándar	Factor	h2
14. El servicio a domicilio aumentaría la satisfacción de nuestros clientes.	3.50	.544	.98	.97
15. Es necesario aplicar estrategias de publicidad para la difusión de los productos que oferta la CAV.	3.50	.544	.98	.97
17. Ante la pandemia COVID-19, se han aplicado medidas de seguridad para generar un buen servicio.	3.50	.544	.98	.97
16. Los precios que se manejan en la CAV son competitivos en el mercado	3.66	.519	.84	.72

Nota. Método de extracción máxima verosimilitud, rotación oblimin directo, h2=comunalidades, varianza explicada 91.2720%.

Tabla 23

Dimensión infraestructura

Medida	Media	Desviación estándar	Factor	h2
19. La distribución de las áreas para los procesos de trabajos	4.48	.50	.98	.96
22. La infraestructura general de la CAV.	4.48	.50	.98	.96
20. Es necesario aprovechar los espacios que actualmente están sin uso.	4.48	.50	.96	.92
18. El área de descarga	4.54	.50	.94	.89

Nota. Método de extracción componentes principales, rotación Varimax, h2=comunalidades, varianza explicada 93.776%.

Los resultados de varianza total explicada en todos los casos fueron superiores a 70%.

Los valores de las comunalidades fueron aceptables ($h^2 > 0.3$). Por consiguiente, el cuestionario para medir las fortalezas y debilidades de la CAV del cuestionario usuarios, se ajusta de 22 a 16 preguntas (Ver Apéndice E), donde se presentan los resultados aceptables en validez de constructo.

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto de Villahermosa.

Tabla 24

Matriz de congruencia

Planteamiento del problema	Pregunta general de investigación	Objetivo general	Hipótesis	Metodología (tipo de diseño, muestra)	VARIABLES / Unidad de análisis
	1. ¿Qué factores integrarían un modelo de gestión que permita incrementar la productividad, la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la CAV?	• Diseñar y evaluar un modelo de gestión que permita incrementar la productividad, la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la CAV.	H1. El modelo de gestión es eficaz para incrementar la productividad, la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la CAV.	Enfoque: Cualitativo Alcance Descriptivo Método deductivo Diseño No experimental transversal Técnica entrevista Población: 407 Informantes clave: 25	
Prácticas de funcionamiento incorrecto, ausencia o escaso uso de medios tecnológicos, recursos económicos limitados, idiosincrasia, bajo nivel de estudios de los micro, pequeños y medianos empresarios (SDET, 2019)	Preguntas específicas de investigación 2. ¿En qué grado el modelo de gestión sería eficaz para incrementar dichas variables?	Objetivos específicos • Identificar los elementos que debe constituir un modelo de gestión que permita incrementar la productividad, la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la CAV. • Evaluar la eficacia del modelo de gestión.	Hipótesis H1e. El modelo de gestión es eficaz para incrementar la productividad de la CAV. H2e- El modelo de gestión es eficaz para incrementar la satisfacción al cliente de la CAV. H3e- El modelo de gestión es eficaz para incrementar la rentabilidad general de la CAV.	Enfoque Cuantitativo Alcance Descriptivo No experimental transversal Método: Deductivo Técnica: Encuesta con cuestionario tipo Likert Población: 2500 Muestra: 333	VARIABLES: • Modelo de gestión (independiente) • Productividad (dependiente) • Satisfacción del cliente (dependiente) • Rentabilidad general (dependiente)

Nota. Elaboración propia.

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto. El caso de la central de abasto de Villahermosa.

Fase 2. Diseño del modelo

El hecho de elaborar un modelo surge por el motivo de ser considerado una herramienta, que puede ayudar de manera significativa, para lograr coordinaciones entre actores y orientarlos en su toma de decisiones (Pearse, 2016). Para la elaboración del modelo propuesto en la presente investigación, se inicia con la información obtenida durante la fase de diagnóstico, en la que se evalúan los principales problemas que afectan a la Central de abastos de Villahermosa, Tabasco. Para tal efecto se realizó la combinación de los modelos propuestos por Camacho y Díaz (2003) y Romero et al. (2002) en Navarro, (2014).

Los puntos utilizados de los diferentes procesos ya mencionados se encuentran unificados en la siguiente tabla:

Tabla 25

Proceso para diseñar el modelo y puntos utilizados de los autores

Proceso 1 (Camacho y Díaz, 2003)	Proceso 2 Romero, Quintanilla y Sánchez (2002)	Puntos utilizados	
1. Investigación preliminar	1. Establecimiento de objetivos del modelo	Proceso 1 (Camacho y Díaz, 2003)	Proceso 2 Romero, Quintanilla y Sánchez (2002)
2. Investigación de campo	2. Establecimiento de reglas de uso	1.- Investigación preliminar; requiere determinar las necesidades de investigación con el objeto de evitar errores y encontrar soluciones viables a cualquier problema que se presente y se le conoce también como investigación exploratoria o sondeo de mercado	1.- Establecimiento de objetivos del modelo; consiste en direccionar todas las decisiones y actividades administrativas que representan los parámetros que sirven de base para medir los logros propuestos
3. Desarrollo o selección del modelo a implementar	3. Diagnóstico de necesidades	2.- Investigación de campo; proceso que permite obtener datos de la realidad y estudiarlos tal y como se presentan	3.- Diagnóstico de Necesidades; proceso mediante el cual se identifican las áreas de

4. Investigación sobre indicadores y/o estándares de medición a utilizar	4. Diseño del proceso del modelo	3.- Desarrollo o selección del modelo a implementar; representa la guía de la construcción de un modelo, y puede ser constituida mediante fases.	oportunidad de conocimiento, desarrollo de habilidades y/o actitudes de una organización
5. Planeación de la forma de obtener información	5. Implementar el proceso	4.- Investigación sobre indicadores y/o estándares de medición a utilizar; se recopila información de monitoreo sobre todos los indicadores claves y utilizados en otras investigaciones	4.- Diseño del proceso del modelo; consiste en la metodología que se debe seguir para diseñar la propuesta basada en la teoría relacionada en la problemática de investigación.
6. Obtención de información	6. Evaluación del proceso	8.- Verificación del modelo; proceso de determinar si un modelo corresponde al modelo conceptual objetivo y cumple con los beneficios prometidos	
7. Análisis de datos observados y determinación de conflictos	7. Seguimiento y monitoreo del proceso		

8. Verificación del modelo

Nota. Información obtenida en (Navarro, 2014)

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto. El caso de la central de abasto de Villahermosa.

En la tabla anterior se mencionan los puntos a seguir para llevar a cabo el diseño del modelo planteado, por tal motivo se presentan las fases que lo componen a continuación:

Cabe resaltar que, para efecto del diseño del modelo se utilizaron los puntos seleccionados de los métodos presentados en la tabla anterior se consideraron como parte del procedimiento a seguir, además se adaptaron algunos nombres como también la implementación de otros puntos para el completar al método final.

Fase 1. Diagnóstico sobre las principales necesidades de la central de abasto de Villahermosa

Para identificar información relevante, observar, describir y analizar sobre sus problemas y necesidades y así responder a las hipótesis propuestas en esta investigación desde el enfoque cuantitativo. Durante el proceso de diagnóstico se recolecta, analiza y vincula datos tanto cuantitativos como cualitativos para dar respuesta al planteamiento del problema y para el mejoramiento del desempeño organizacional.

Fase 2. Diseño del modelo de gestión para mejorar el desempeño organizacional de centrales de abasto

Que para tal efecto se inició con indagación de los diferentes tipos de modelos propuestos por los autores, mismo que hayan brindado resultados efectivos en otras organizaciones y que se relacionan con esta investigación mediante los diferentes recursos digitales y base de datos confiables los cuales se analizaron y evaluaron.

Posteriormente se realiza un comparativo entre los puntos que contiene cada modelo, para elaborar uno distinto apegado a la situación actual de la unidad de análisis, apoyándose también en las recomendaciones realizadas por algunos autores y tomando en cuenta los factores que influyen en el desempeño organizacional utilizado en otros casos.

Para determinar cada punto involucrado en el método del diseño, se utilizaron los que más se repetían y que al mismo tiempo pudieran ser utilizados en la unidad de análisis con base en la información previamente obtenida.

Fase 3. Validación del modelo

Derivado de la necesidad de validar el modelo de gestión y poder así determinar su eficacia en el incremento de la productividad, la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la CAV, se utilizó el método analítico racional, mediante la técnica de juicio de expertos para dicho fin, con la intención de eliminar aspectos irrelevantes, modificar aquellos que así se requieran e identificar fortalezas y debilidades (Galicia et al., 2017). Esto se obtiene como parte del proceso de rigurosidad metodológica que brinde confiabilidad a los contenidos (Dorantes - Nova et al., 2016).

Capítulo 4. Resultados

A continuación, se presenta el análisis de resultados obtenidos para colaborar en la solución del problema detectado en la fase 1, que consistió en el diagnóstico de las principales necesidades de la central de abasto de Villahermosa. Tales resultados contribuyen al diseño del modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de central de abasto. Posteriormente se presenta la discusión sobre los hallazgos de la presente investigación, las conclusiones y recomendaciones para dichos fines.

Resultados del diagnóstico

Parte cualitativa

Este capítulo se refiere a los resultados de la investigación cualitativa efectuada con base en la información obtenida de las entrevistas, se trabajó con participantes clave y se recabaron todas las opiniones de las autoridades, usuarios y clientes (ver Apéndice A), usando la interpretación según la tabla 9. Una vez aplicadas éstas, se procedió a transcribir cada una de ellas para así realizar el análisis de los resultados que arrojaron las mismas, los cuales se presentan a continuación de una manera jerarquizada con base en comentarios, los cuales fueron agrupados en frases testimonio e ideas clave, como indica Savall (2003).

Servicios que ofrece la CAV.

En cuanto a servicios, las autoridades indicaron que todo está bien, pero los usuarios frecuentemente comentaron que no se cumple todo lo que se promete.

Cuota por servicios.

Con respecto a la cuota que se paga por los servicios proporcionados por la CAV, las autoridades siempre dijeron que este pago no es suficiente en comparación con lo proporcionado a los usuarios. Por el contrario, los usuarios frecuentemente mencionaron que el pago es justo comparado con lo que reciben.

Apoyos de entidades públicas.

Derivado del apoyo de las entidades públicas, las autoridades de la CAV mencionaron que sí reciben recursos económicos para cubrir parte de la nómina ejecutiva por parte del gobierno del estado. Rara vez comentaron no recibir de su apoyo. Sin embargo, es un recurso limitado que no genera grandes aportes.

Existencia de asociaciones en la CAV.

Las autoridades tienen claro quien los representa dentro de la CAV. Así mismo, los usuarios tienen conocimiento de que la unión de tianguistas representa a tianguistas y la unión de bodegueros representa a los bodegueros.

Reglamento de la CAV.

En cuanto al reglamento, las autoridades de la CAV mencionaron la existencia del reglamento, pocas veces hablaron sobre si está en alguna actualización, en cuanto a los usuarios, sí existe conocimiento sobre el reglamento, y pocos son los que carecen de esta información.

Funciones establecidas para la Administración de la CAV.

Las autoridades siempre estuvieron de acuerdo en que una de sus principales funciones es administrar los recursos de la CAV y algunas veces consideraron el arrendamiento como parte de estos servicios. Por su parte, los usuarios algunas veces manifestaron no conocer sus funciones y, en algunas veces mencionaron que una de sus funciones está la venta de productos al mayoreo y mantener sus áreas de trabajo limpias.

Medio de comunicación entre autoridades y usuarios.

Las autoridades de la CAV tienen una comunicación muy esporádica con los usuarios, y aunque pocas veces se mencionó que existe comunicación, esto sucede solo cuando existen verdaderos problemas, mismos que se tratan de forma individual entre el afectado y la autoridad, y pocas veces se programan reuniones para dar seguimiento a cualquier situación. Por el contrario, los usuarios siempre manifestaron que se reúnen una vez por semana.

Temas tratados en las reuniones en la CAV.

De los temas que traten en una reunión dependerá el éxito que ésta obtendrá. Las autoridades siempre mencionaron el tema del COVID-19 debido a la importancia que esto tiene en la actualidad. Siempre mencionaron el tema de finanzas y algunas veces los temas ilícitos que hace la gente.

Principales problemas en la CAV.

En cuanto a los principales problemas de la CAV, las autoridades y usuarios mencionaron la carencia de seguridad dentro de la CAV, y también se mencionó acerca de la mala distribución

del área de trabajo de la CAV, la falta de higiene y la falta de comunicación, entre ellos. Algunas veces los usuarios manifestaron que la infraestructura de la CAV está muy dañada y que de esto se deriva el mal estado de sus espacios. También hablaron sobre la falta de comunicación entre usuarios y la falta de seguimiento de las actividades por parte de las autoridades.

Rentabilidad de la CAV.

Los usuarios y las autoridades están de acuerdo en que la rentabilidad de la CAV está estable, como siempre se ha manifestado. Sin embargo, para algunos usuarios en los últimos años si está disminuyendo sus ventas y necesitan aplicar estrategias para generar crecimiento y por ende mayor rentabilidad, sobre todo ante la pandemia COVID-19.

Estrategias para el buen funcionamiento de la CAV.

Las autoridades y los usuarios de la CAV necesitan fortalecer sus estrategias para atraer a los clientes, algunas veces hacen que ellos creen un sentido de fidelidad a través del buen trato, productos de calidad, y buenos precios para los clientes. Para las autoridades el servicio a domicilio podría ser una alternativa de crecimiento para los usuarios, pero los usuarios rara vez mencionaron la planificación de nuevas estrategias.

Planes de crecimiento a corto plazo.

Todas las autoridades estuvieron de acuerdo en que el hecho de recuperar bodegas de las que se habían apoderado los mismos usuarios ha sido de gran beneficio, ya que se rehabilitaron y se dieron en renta para generar más ingresos para el mantenimiento de la CAV, siendo esta una de las estrategias de crecimiento a corto plazo.

Cambios en la infraestructura de la CAV.

En realidad, las autoridades siempre mencionaron que no se han hecho grandes modificaciones a la CAV, solo se han reparado banquetas y bardas, pero es parte de las modificaciones que se pretenden mejorar a futuro en las instalaciones. Por su parte los usuarios algunas veces manifestaron que el área de descarga es ineficiente para llevar a cabo el buen funcionamiento de las actividades. También consideran que deberían distribuirse los espacios de descarga para facilitar las actividades.

Proyecciones a futuro para la CAV.

La CAV necesita una modernización que incluya una mejor distribución de las áreas, atraer más clientes y generar mayor rentabilidad. Esto es algo que siempre se había considerado tanto por los usuarios como por las autoridades, pues para ellos todos estos aspectos generan mala imagen para la CAV.

Comentarios generales.

Las autoridades siempre mencionaron el utilizar estrategias que permitan resolver los problemas de la CAV y que deben ser atendidos bajo una programación, donde se pueda dar seguimiento para cumplir con los objetivos planteados para aumentar su la seguridad, higiene y crecimiento. Las autoridades, usuarios y clientes siempre mencionaron que ser un único lugar de mayoreo genera ventaja, y siempre mencionaron que deben crear comunicación para el trabajo en conjunto.

Parte cuantitativa

El resultado obtenido es el diseño de un modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto.

Para tal efecto, se realizó la combinación de cuatro modelos; (1) Modelo de Mager y Pipe; (2) Modelo de tecnología del desempeño humano; (3) Modelo del desempeño organizacional, y (4) el Modelo Deming, considerando también los factores que influyen en el desempeño organizacional. Finalmente, se diseñaron instrumentos que permitieron conocer información relevante para la mejora del desempeño organizacional dentro de la CAV.

Del modelo de Mager y Pipe, citado por Palafox et al. (2016), se utilizaron los pasos uno y dos. El primero consta de la identificación de los principales problemas que tiene la organización, y el segundo es conocer el efecto que se tiene ante esta situación en el desempeño organizacional, si es positivo o negativo e indagar sobre lo que falta en la organización, competencias, conocimiento, innovación, etc.

Del Modelo de Tecnología del Desempeño Humano, citado por Vega y Balderas (2021), se utilizaron la fase uno y tres, Análisis de causas e Intervención, que incluye aquellos problemas considerados como muy importantes y de gran extensión. Los problemas considerados importantes y aquellos que son de importancia menor, así como la planeación estratégica en individuos, grupos pequeños y organizaciones grandes.

De las recomendaciones del modelo de desempeño organizacional citado por Barradas et al. (2021), se consideraron las mediciones dos y tres, que comprenden a la rentabilidad. La (2) contiene el retorno por empleado en ventas, en activos y el valor de mercado y crecimiento de los ingresos, y la (3) Crecimiento, incluye el crecimiento del empleado en ventas, activos, flujo de efectivo e ingresos.

Finalmente, del modelo de Deming, citado por Mata-López et al., (2020), se consideraron las mediciones uno, tres y seis: (1) Enfoque al cliente, basada en las estrategias para identificar las necesidades y aspiraciones de sus clientes; (3) Participación del personal, basada en la identificación de las competencias y limitaciones que tiene el personal en el desempeño de sus funciones, y (6) Mejora continua, basada en analizar los procesos que se usan dentro de una organización o administración.

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto

A continuación, se presenta el objetivo del modelo y las fases que lo componen, así como las acciones a llevar a cabo en cada una de ellas.

Objetivo

Diseñar un modelo de gestión que permita incrementar la productividad, la rentabilidad y la satisfacción de los clientes de la CAV.

Fases del modelo de gestión:

Diagnóstico

- Fortalezas y debilidades
- Impacto organizacional

Diseño y desarrollo

- Planeación estratégica
- Crecimiento
- Satisfacción

Validez

- Análisis de funcionalidad
- Correcciones
- Verificación

Descripción de las fases del modelo

Fase diagnóstica. Esta fase alude, en general, al análisis que se realiza para determinar cualquier situación que pueda estar atravesando una organización ya sea positiva o negativa y con base a esta indagación buscar soluciones efectivas que contribuyan a la mejora organizacional desde el contexto cualitativo que nos permita explorar como primer paso conocer las fortalezas y debilidades de la empresa a través del diagnóstico para posteriormente, en el paso 2, medir el impacto que ésta tiene en la organización, ya sea positivo o negativo, y qué tanto influye en el desempeño organizacional para la toma de decisiones.

Fase diseño y desarrollo. Esta fase principalmente sitúa a las personas en el centro del desarrollo. Trata de la promoción del desarrollo potencial de las personas, del aumento de sus posibilidades, del incremento en la productividad, estableciendo la satisfacción en el cliente como un factor clave de éxito logrando así una rentabilidad perdurable y competitiva. Se apoya de la planeación estratégica que permite establecer el que hacer y el camino que deben recorrer las organizaciones para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas a través del personal para mejorar la productividad, lo cual implica la medición del crecimiento a través de resultados cuantitativos obtenidos por la organización a través del tiempo para conocer su rentabilidad, centrado siempre en las necesidades del cliente mediante el cumplimiento de las expectativas del mismo tras recibir un servicio o producto.

A continuación, se hace una representación esquemática conceptual sobre el modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto para una mayor comprensión.

Figura 3

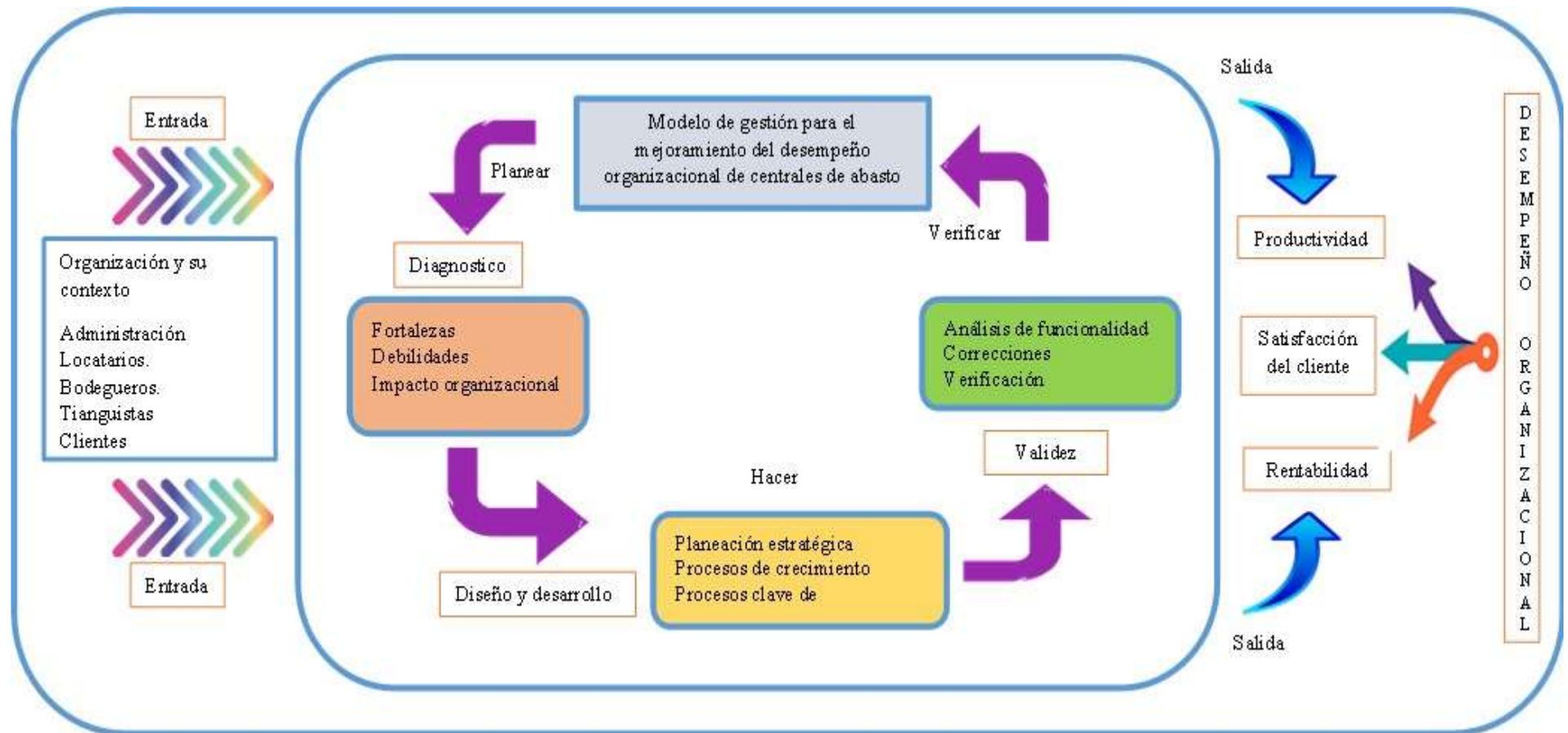
Representación esquemática conceptual del modelo propuesto (elaboración propia)



Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto. El caso de la central de abasto de Villahermosa.

Figura 4

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto



Nota. Elaboración propia

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto. El caso de la central de abasto de Villahermosa.

El modelo de gestión es un origen de diversas teorías relacionadas con el buen funcionamiento de una empresa, ya sea desde la perspectiva tangible e intangible donde se considera cada uno de los aspectos que conforman una organización misma que busca la efectividad organizacional. Lo anterior, inicia a partir de las interrelaciones de las siguientes dimensiones, (1) productividad, (2) satisfacción del cliente y (3) rentabilidad. (Ver Tabla 26)

Tabla 26

Explicación propuesta del modelo

Dimensión	Concepto	Implementación y herramientas sugeridas	Mediciones
Productividad	Permite medir la producción de la empresa a partir de los recursos empleados para ello, su objetivo es optimizar los recursos utilizados y obtener mejores resultados. Permite saber si somos eficientes en nuestro desempeño o es necesario ajustar los procesos que se realiza, mejorarlos o adaptarlos para crecer y tener una eficiencia máxima.	<p>Capacitación del personal. Es necesario que los colaboradores adquieran nuevas habilidades y conocimientos para hacer más eficiente sus actividades.</p> <p>Invertir en maquinaria y equipos. Esto permitirá aumentar la productividad organizacional al tener un proceso más rápido, eficiente y rentable.</p> <p>Flexibilidad. La pandemia impacto en el mundo laboral y detono mayores flexibilidades a los trabajadores en el desarrollo de sus actividades, que permiten el incremento en la productividad.</p> <p>Automatización. Es necesario el uso de herramientas digitales que permitan realizar las tareas de manera más rápida y eficiente, para ahorrar tiempo y agilizar procesos.</p>	<p>Planear - Diagnóstico</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fortalezas y debilidades - Impacto organizacional
Satisfacción del cliente	La satisfacción del cliente es el método de medición respecto a la respuesta del consumidor derivado a un servicio o producto. Las conclusiones son	<p>Encuesta de satisfacción del cliente CSAT</p> <p>Es un método que permite medir la satisfacción del cliente, la encuesta CSAT pide a los clientes que califiquen su satisfacción directamente en una escala.</p> <p>Nota: El mejor momento para enviar una encuesta es después de una fase específica en la experiencia del cliente.</p>	<p>Hacer - Diseño y desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planeación estratégica - Crecimiento - Satisfacción

	referentes para mejorar el servicio que se les ofrece y también para conocer las necesidades de este.		
Rentabilidad	La rentabilidad de una empresa es la capacidad que tiene una organización para obtener ganancias. Este índice mide la relación de la utilidad o ganancia obtenida y la inversión realizada para conseguirla.	Administra los gastos. Optimizar la producción y el inventario. Comprar más eficazmente. Eleva la calidad de tu producto. Ampliar la variedad de productos o servicios ofrecidos. Expandir el mercado. Aumentar la productividad.	Verificar – Validez -Análisis de funcionalidad -Correcciones -Verificación

Nota. Elaboración propia

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto. El caso de la central de abasto de Villahermosa.

Fase 3. Validación por juicio de expertos

Para la validar el modelo se recurre a la técnica validación denominada juicio de expertos, que consiste en la opinión entendida por personas con trayecto en el tema, que son reconocidas dentro de su entorno, y que pueden dar información, evidencias, juicios y valoraciones (García et al., 2020). Para esto se recurrió al apoyo de 4 profesionales del área para dictaminar del modelo propuesto para esta investigación (Ver Apéndice F)

Validez.

En esta fase se tiene como objetivo principal validar el modelo implementado y conocer sus resultados de aplicación. Por tal motivo, esta fase se apoya en el análisis de funcionalidad basado en identificar las competencias laborales inherentes a una función productiva con respecto a la aplicación de un modelo de gestión. Posterior a ello viene la corrección, que consiste en las modificaciones para corregir sus faltas, errores, defectos o imperfecciones que se hayan tenido, considerando una verificación para comprobar y avalar que el modelo funcione correctamente y nos permita tener resultados exitosos en su aplicación.

La evaluación de los expertos permitió validar el impacto, la pertinencia, la factibilidad, la congruencia, la claridad, la eficiencia y eficacia y la relevancia del modelo propuesto. Se convocó a cuatro expertos, quienes fueron seleccionados mediante los criterios de experiencia significativa en el área, grado académico mínimo de doctorado, experiencia en el diseño y/o validación de modelos de investigación y experiencia en el enfoque formativo. Los expertos realizaron una revisión minuciosa de acuerdo con la calidad del modelo respecto a sus indicadores y descriptores de los criterios propuestos con base en los indicadores de medición para la validación por juicio de expertos (Ver Tabla 27).

Tabla 27

Indicadores de medición para la validación por juicio de experto

Categoría	Indicadores	Observaciones	Evaluación				
			1	2	3	4	5
1.- Impacto	Aplicar el Modelo produciría un impacto positivo de mejora para la gestión adecuada de las centrales de abasto.		1	2	3	4	5
2.- Pertinencia	El modelo es adecuado de acuerdo a los objetivos que se persiguen en el mejoramiento de la gestión de las centrales de abasto		1	2	3	4	5
3.- Factibilidad	Grado de utilización que tendría el moldeo propuesto en las centrales de abasto.		1	2	3	4	5
4.- Coherencia	Las dimensiones están debidamente representadas en el cuadro de congruencia metodológica		1	2	3	4	5
5.- Claridad	El modelo es claro (No genera confusión o contradicciones)		1	2	3	4	5
6.- Eficiencia y eficacia	El modelo presenta calidad y efectividad de manera adecuada		1	2	3	4	5
7.- Relevancia	El modelo es relevante para cumplir con la preguntas y objetivos de la investigación		1	2	3	4	5

Nota: Información obtenida mediante el coeficiente de validez de contenido CVC (Hernández-Nieto, 2002 y García et al. 2020).

Posteriormente de la evaluación del Modelo de Gestión según el juicio y experiencia de los expertos, se realizó al análisis de los datos para su validación. A continuación, se muestran los resultados obtenidos de cada uno.

En este orden de ideas y obtenida la batería de dimensiones derivado de las investigaciones previamente realizadas, dieron oportunidad para la creación de este modelo, compuestas por tres dimensiones que fueron remarcados por otras investigaciones y que representan un papel importante en la gestión organización para las centrales de abasto.

Se consultó su contenido a los expertos seleccionados, quienes luego de evaluar el modelo de forma individual mediante el método de juicio, consideraron el impacto, pertinencia, factibilidad, congruencia, claridad, eficiencia y eficacia y relevancia (Ver Tabla 28).

Tabla 28

Valoración y consideraciones por expertos

Experto	Perfil profesional	Valoración	Consideraciones	Fecha de valoración
1	Contador público y empresario independiente	Las dimensiones representan los conceptos a medir, son pertinentes, claros, y muestra coherencias con los objetivos de la investigación por lo que apruebo su uso.	La dimensión productividad lograra mejorar la eficacia de los procesos, en cuanto a la satisfacción al cliente, se logrará un mayor crecimiento y mejorara la utilidad de cada empresario dentro de las centrales de abasto.	24-10-2022
2	Empresario independiente. Destacado por su trabajo como investigador y por las diversas publicaciones realizadas.	Las dimensiones representan debidamente lo que van a medir, son pertinentes a la vez que adecuados para ser utilizados en la investigación.	Considero que cada dimensión está debidamente aplicada, sin embargo, es necesario resaltar al factor humano dentro de la organización	24-10-2022
3	Profesor Investigador en Instituto tecnológico superior de Comalcalco, destacado por su ardua labor en el área de la investigación con múltiples publicaciones en revista de alto impacto.	El modelo en si representa debidamente cada una de sus dimensiones, impacto, pertinencia, factibilidad, congruencia, claridad, eficiencia y eficacia y relevancia para ser aplicados en la investigación	Es necesario tener en claro hacia quien van dirigido el modelo para la obtención de resultados adecuados.	24-10-2022

Nota: Información obtenida por los evaluadores expertos para esta investigación (2022).

Para llevar a cabo la validez de contenido del modelo de gestión se procedió a aplicar el coeficiente de validez de contenido de Hernández-Nieto (2002), con respecto a su interpretación, recomienda únicamente aquellas dimensiones con un CVC superior a 0.80 aunque en otros criterios se permite un CVC superior a 0.70. Los evaluadores expertos concordaron en que el modelo está presentado de forma congruente con las dimensiones de estudio, y se realizaron observaciones relativas a la simplificación de los enunciados para ser comprendidos en el sentido que corresponda.

Para esta investigación las dimensiones productividad, satisfacción del cliente y la rentabilidad se determinaron con un valor superior a 0.80 según la opinión de los expertos, en cuanto a impacto, pertinencia, factibilidad, congruencia, claridad, eficiencia y eficacia y relevancia, por lo cual se determina como aceptable para su aplicación.

En términos generales, se consideraron significativas las valoraciones del dimensiones contenidas en el modelo, satisfaciendo los atributos evaluativos para la buena gestión organizacional de las centrales de abasto, con una estructura comprensible y adaptable a las unidades de información y fundamentalmente a las caracterizaciones de las categorías planteadas; destacándose que el modelo propuesto cumple a cabalidad con lo que se busca lograr, por consiguiente se considera de alta validez (Ver Apéndice G).

Capítulo V. Discusión, hallazgos, conclusiones, recomendaciones

Discusión

Esta investigación tuvo como propósito diseñar y evaluar un modelo de gestión que permita incrementar la productividad, la rentabilidad y la satisfacción de los clientes de la (CAV), para lo que se pretendió identificar los elementos que debe constituir un modelo de gestión que permita incrementar estas variables como respuesta a la hipótesis planteada.

Hipótesis general: El modelo de gestión es eficaz para incrementar la productividad, la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la CAV.

Se confirma que es eficaz, mediante la técnica de validación denominada juicio de expertos, que consistió en la opinión de doctores con trayecto en el tema, y que son reconocidos dentro de su entorno. Los resultados muestran un valor superior a 0.80 siendo este un valor aceptable para su comprobación.

De acuerdo con Vega y Balderas (2021), para ser eficaz, es necesario considerar el proceso de planeación, el cual genera nuevas oportunidades en la empresa, porque permite a la empresa saber su presente y predecir su futuro, para así poder aplicar excelencia y competencia. En realidad, en este momento se carece de planeación y es necesario aplicar estas estrategias para mejorar la condición actual de la CAV. Otro concepto importante para ser eficaz lo es también la comunicación, Méndez et al., (2018) nos dicen que las buenas prácticas en los procesos de trabajos necesitan de una buena difusión y necesitan estar debidamente establecidos en sus procedimientos, todo esto influye directamente en el buen funcionamiento y la CAV no es la excepción, es necesario buscar la eficiencia en los procesos de comunicación que le permitan el desarrollo de la buena difusión en sus diferentes departamentos. Con base en lo anterior surge la necesidad de aumentar los índices de comunicación entre los actores principales de la CAV, que permita un ambiente laboral saludable y el logro de objetivos a corto, mediano y largo plazo, se

encontró que existe falta de comunicación, falta de conocimiento con respecto a las funciones que corresponden tanto a los administrativos como a los locatarios, bodegueros y tianguistas.. Para que exista productividad, satisfacción de los clientes y rentabilidad en la CAV, es necesario contar con procedimientos y seguirlos adecuadamente, es así como Mager y Pipe, citado por Palafox et al., (2016), Vega y Balderas (2021) y Barradas et al. (2021), determinan a estas variables como vitales, porque son elementos que permiten incrementar a la empresa, con el objetivo de mejorar su desempeño a nivel organizacional. Con base en Aguirre et al., (2020) es necesario contar con procedimientos internos, actualmente la CAV no cuenta con ellos, y son necesarios para realizar de forma adecuada los procesos definidos por la organización, para cumplir el logro de objetivos planteados, y lograr un mayor desempeño organizacional que le permita la eficacia a toda la organización. Derivado de esta investigación se puede deducir que la central de abasto de Villahermosa, Tabasco, necesita ejercer procedimientos que permitan tener un mejor control en sus actividades y el logro de sus objetivos, ya que no se encontraron manuales de procedimientos que ayuden a ejecutar sus actividades de manera más eficiente.

Por otro lado, se puede decir con base en lo escrito por Mediver (2018), los tiempos actuales exigen temas complejos y de competitividad, ya que las empresas viven procesos de cambio acelerados y, por tal motivo, deben tener estándares de desempeño, de competencias y de habilidades altos para ser competitivas. Coaquira (2018), menciona que es necesario enfatizar o más bien enfocar su mirada en los empleados y los clientes, ya que éstos representan los factores clave de cambio y de éxito en el crecimiento de una organización.

Hallazgos:

En base a los resultados obtenidos ahora conocemos con exactitud que la administración, locatarios y usuarios requieren de los principales actores y de los empleados en la planeación, en la organización y en el control que se debe de llevar para el logro de sus objetivos, seguidos por la necesidad de supervisiones continuas para conocer la percepción de los usuarios y poner a prueba los medios de comunicación internos para saber si la información está siendo recibida de forma expedita, si es clara y si cuentan con canales versátiles para comunicarse.

Sabemos con certeza que la eficacia del modelo tiene en cada uno de los involucrados, la necesidad de aplicar todos los procesos descubiertos a lo largo de esta investigación. Con base en los resultados obtenidos ahora conocemos con exactitud que tanto la administración como los usuarios requieren determinar; el uso de las plataformas tecnológicas y/o de redes sociales para comunicar los mensajes de información y divulgación y llegar a mayores audiencias como también, definir su cultura organizacional para que se desarrolle organización y confianza en sus productos.

Todo esto es necesario pues la globalización y la competitividad generán cambios a nivel organizacional, y luego de las cuarentenas y confinamientos forzados que se vivieron, se obligó tanto a empresas como consumidores, a aplicar nuevas estrategias para adaptarse a los cambios acelerados que se viven a nivel organizacional.

Del análisis de los resultados de este estudio se puede afirmar que la probabilidad de lograr los objetivos y metas propuestos por la organización está centrada en la planeación, la organización, la dirección y el control de los recursos (humanos y tecnológicos), tal como lo indican Armijos et al. (2019). Con base en Matus (2018), es necesario asegurar que los empleados comprendan lo importante que es su contribución para el logro de los objetivos

propuestos y lo que la organización espera de ellos, definir los objetivos y facilitar la comunicación efectiva con toda la organización.

Conclusiones

El objetivo de esta investigación fue diseñar y evaluar un modelo de gestión que permita incrementar la productividad, la rentabilidad y la satisfacción de los clientes de la CAV, y en esa búsqueda continua de la eficacia de este modelo, se logró comprobar mediante la aplicación de un instrumento de validación por juicio de experto diseñado para esta investigación. Así mismo de los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados en la CAV se puede concluir que:

- a) La CAV tiene muchas experiencias, pero si no aprende de ellas, seguirá haciendo los mismos errores, una y otra vez, se estancará y el modelo no funcionará, para que el modelo sea eficaz, es necesario que la CAV mejore su capacidad de análisis y de aprendizaje, y esto dependerá de sus procesos de trabajo.
- b) La implementación del modelo de gestión trae consigo una serie de cambios y adaptaciones, para que el modelo de gestión sea sostenible es necesario que las personas que trabajan en la CAV mantengan un nivel de formación, de actitud personal, y de flexibilidad que permita el logro de los objetivos planteados.
- c) El modelo de gestión es una herramienta que permite una buena gestión en los procesos, de tal forma que se logre la eficacia en los resultados que se buscan dentro de la organización, siempre que se quieran mejoras o resultados significativos, el personal debe estar dispuesto, para así garantizar el funcionamiento de esta aplicación, puesto que el resultado va en pro del aprendizaje generado por las experiencias vividas, muchas

organizaciones tienen una labor muy importante en la validez de esta investigación, pues a través de ellas se logró obtener esta información documentada.

- d) El modelo propuesto está diseñado para ser utilizado en cualquier organización de este sector, puesto que su composición permite adaptarse a diferentes entornos de su giro, puesto o cargo con que se cuente en estas organizaciones.
- e) El modelo de gestión del desempeño tiene el rol de ponderar la comunicación, añadiendo valor a través de la mejora del incremento en la productividad y exhortando al crecimiento de las buenas prácticas mediante valoraciones periódicas. Por tal motivo es indispensable contar con un modelo de gestión que permita incrementar la productividad, la satisfacción de los clientes y la rentabilidad de centrales de abasto con base en los propios objetivos de la organización.

Recomendaciones

Como parte de las recomendaciones determinadas para la CAV, para la aplicación del modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de las centrales de abasto para incrementar la productividad, la satisfacción de los clientes y su rentabilidad es necesario:

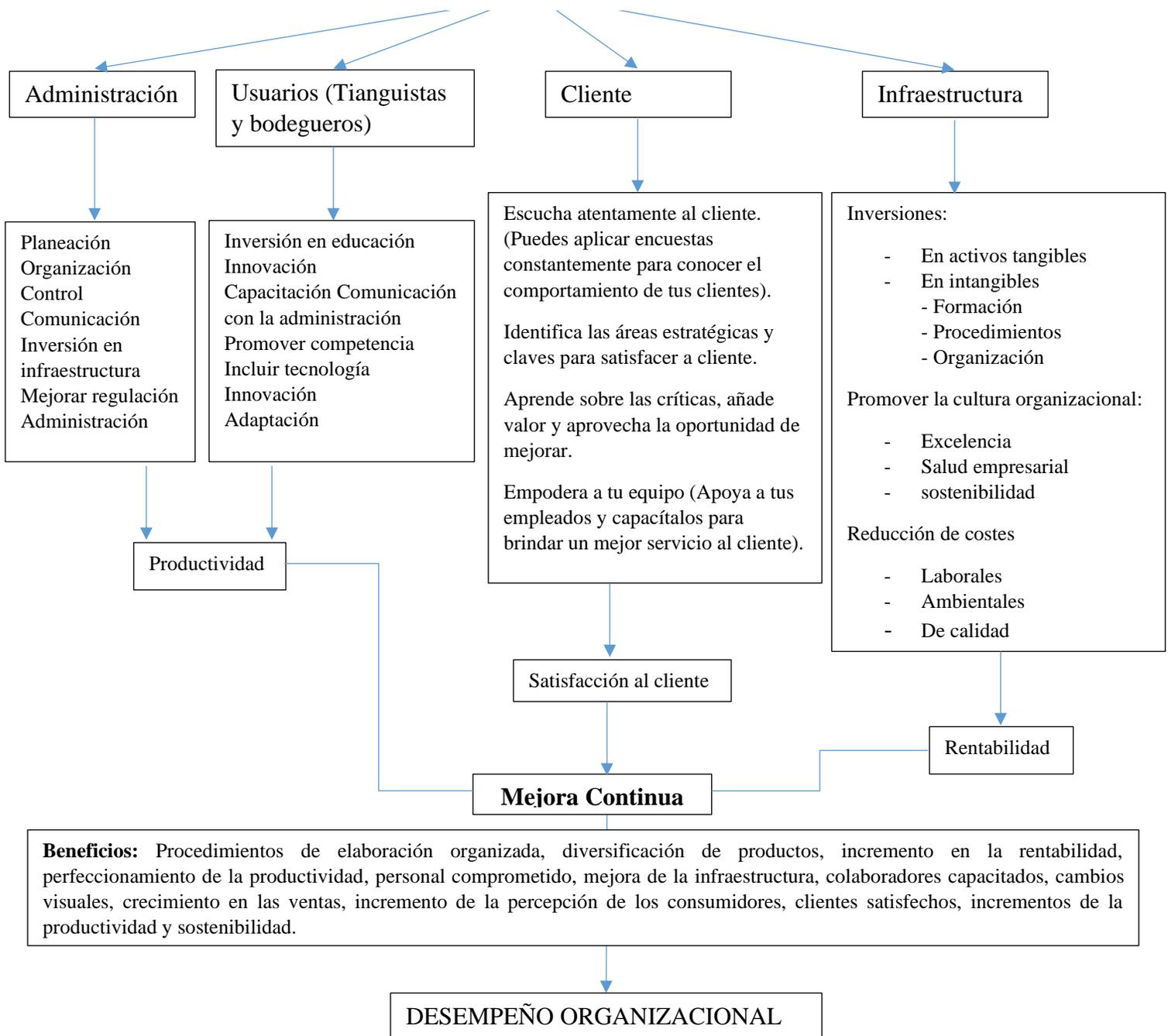
1. Considerar todos los cargos que se encuentran presente en la estructura organizacional puesto para determinar jerarquías y para mejorar la relación entre los empleados y la empresa.
2. Para llevar a cabo su aplicación, dependerá del tiempo en que se plantee el modelo a los principales involucrados e interesados por parte de la organización.
3. Determinar un liderazgo por parte de los jefes.

4. Se recomienda que, si el modelo se inicia, sea culminado hasta el final de su aplicación.
5. Como parte de los recursos requeridos en la aplicación del modelo es necesario la documentación solicitada por el mismo modelo, como la participación activa de los principales involucrados, para tal caso la administración, tianguistas y bodegueros.
6. Utilizar muy minuciosamente cada uno de los aspectos mencionados en la presente investigación, como los instrumentos que fueron diseñados exclusivamente para la organización. Si se cumple detalladamente cada uno de los puntos establecidos a lo largo de esta investigación se puede decir que existe una garantía exitosa en su aplicación

A continuación, se define un diagrama del procedimiento a seguir basado en la información obtenida a lo largo de esta investigación para lograr un desempeño organizacional efectivo.

Figura 6

Diagrama de procedimiento para la mejora del desempeño organizacional



De acuerdo con el diagrama presentado, para llevar a cabo la mejora dentro de una empresa, es necesario seguir una serie de pasos, mismo que se describen a continuación:

1. Como hacer una planeación:
 - Establece la misión, visión y objetivos.
 - Describe los servicios, productos y procesos de la CAV
 - Evaluar el mercado.
 - Determinar las metas de marketing.
 - Realiza el análisis con la matriz FODA.
 - Involucrar a la administración y a los usuarios para definir las estrategias.
2. Es indispensable alinear a los trabajadores con la transformación continua de la infraestructura para eliminar cualquier barrera que pueda ocasionar problemas.
3. Es necesario capacitar al personal y ayudarles a que adopten las nuevas formas de trabajar, estableciendo para ello unas expectativas claras y ofreciendo los incentivos adecuados.
4. Identificar los momentos de cambio ideales para iniciar los procesos de transformación de la infraestructura, y así mantenerse al día preparados para abordar cualquier situación.
5. Capacitaciones periódicas, esto permitirá el aumento a la productividad, formará colaboradores capaces, flexibles y adaptables a cualquier cambio al mantenerse en constante aprendizaje y crecimiento.

Referencias

- Adler, G., Duval, R., Furceri, D., Kiliç , S., Koloskova, K., y Poplawski-Ribeiro, M. (2018). Productividad mundial, lo que el viento encontra se llevo. *Boletín del CEMLA*, 64, 1-44.
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=623ac945-61a9-4c61-8ff7-86f097423f1c%40sessionmgr101>
- Arellano-Díaz, H. O. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Revista científica dominio en las ciencias*, 3, 72-83.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6093282>
- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., y Miranda , M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206.
<https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Barradas, M. d., Rodríguez, J., y Maya , I. (2021). esempeño organizacional. Una revisión teórica de sus dimensiones y forma de medición. *Revista de estudios en contaduría, administración e informatica*, 10(28), 1-7.
<https://www.redalyc.org/journal/6379/637968301002/html/>
- Battista , G., King, D. R., y Tienari, J. (2017). Strategic management of dynamic growth. *Elsevier*, 427-430.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera edición ed.). Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Burgos, F., y Escalona, E. (2017). Validación de instrumentos y procedimientos para recopilar data antropométrica con fines ergonómicos. *Ingeniería y sociedad*, 12(1), 31-47.
<http://servicio.bc.uc.edu.ve/ingenieria/revista/IngenieriaYSociedad/a12n1/art03.pdf>

Cabrera, G., Zanazzi, J. F., Zanazzi, J. L., y Boaglio, L. (2017). Comparación de potencias en pruebas estadísticas de normalidad, con datos escasos. *Revista FCEFyN*, 4(2), 47-52.

<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/FCEFyN/article/download/16775/17859/0>

Cabrera, G., Zanazzi, J., Zanazzi, J. L., y Boaglio, L. (2017). Comparación de potencias en pruebas estadísticas de normalidad, con datos escasos. *Revista facultad de ciencias exactas, físicas y naturales*, 4(2), 47-52.

<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/FCEFyN/article/view/16775>

Cantero-Cora, H., y Leyva-Cardenosa, E. (2016). La rentabilidad económica, un factor para alcanzar la eficiencia empresarial. *Ciencias Holguín*, 22(4), 1-17.

<https://www.redalyc.org/pdf/1815/181548029004.pdf>

Capdepont-Ballina, J. L., y Marín-Olán, P. (2014). La economía de Tabasco y su impacto en el crecimiento urbano de la ciudad de Villahermosa (1960-2010). *Revista LiminaR. Estudios Sociales y Humanísticos*, 12(1), 144-160.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-80272014000100010

Castillo, V. M., Ayala, S., Durán, I., y López, D. (2015). La central de abasto de Guadalajara, México: Retos para superar su creciente inviabilidad. *Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho*, 9, 1-18.

Chiavenato, I. (2007). *INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA ADM*

INISTRACIÓN. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Coaquira, C. M. (2018). Modelo para la mejora del desempeño organizacional a través de las prácticas de la gestión de la calidad, gestión del conocimiento y liderazgo

- transformacional en la Universidad privada. *Apuntes universitarios. Revista de investigación*, 8(3), 1-23. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=467657107004>
- Comité de planeación para el desarrollo del estado de Tabasco, C. (24 de Abril de 2019). *Organo de difusión oficial del gobierno constitucional del estado libre y soberano del estado de Tabasco*. Villahermosa, Tabasco.
- https://tabasco.gob.mx/sites/default/files/users/planeacion_spf/21.%20Programa%20Institucional%20de%20la%20Central%20de%20Abasto%20de%20Villahermosa%202019-2024.pdf
- Consejería Jurídica. (16 de Junio de 2005). Instructivo de operación de la central de abasto de Villahermosa. *Consejo de administración de la central de abasto de Villahermosa*, págs. 1-15. <https://tabasco.gob.mx/leyes/descargar/1/855>
- Cuenta pública. (2019). *Cuenta pública*.
- Daza, J. I. (2016). Crecimiento y rentabilidad empresarial en el sector industrial brasileño. *Contaduría y Administración*, 6(12), 266-282.
- <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104215001278>
- De la Garza, M. T., Zavala, M. A., y López, J. A. (2017). Competencias del emprendedor y su impacto en el desempeño organizacional. *Universidad y Empresa*, 19(33), 53-74.
- <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5991223>
- De La Hoz, E., y López, L. (2017). Modelo de gestión de relaciones con los clientes en empresas de consultoría. *Investigación e Innovación en Ingenierías*, 5(5), 46-76.
- <http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/innovacioning/article/view/2756>

Delfín , F. L., y Acosta, M. P. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Revista científica Pensamiento y gestión*(40), 184-202.

<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/8810/8595>

Dorantes - Nova, , J. A., Hernández - Mosqueda, J. S., y Tobón - Tobón, S. (2016). Juicio de expertos para la validación de un instrumento de medición del síndrome de burnout en la docencia. *Ra Ximhai*, 12(6), 327-346.

<https://www.redalyc.org/pdf/461/46148194023.pdf>

Dorantes-Nova, J. A., Hernández-Mosqueda, J. S., y Tobón-Tobón, S. (2016). Juicio de expertos para la validación de un instrumento de medición del síndrome de burnout en la docencia.

Ra Ximhai, 12(6), 327-346. <https://www.redalyc.org/pdf/461/46148194023.pdf>

Escalona , L., y Torres , E. (2011). Aplicación del Modelo Malcolm Baldrige a la producción de Libros Electrónicos. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 41 - 59.

<https://www.redalyc.org/pdf/2150/215021914004.pdf>

Escobar-Pérez, J., y Cuervo-Martínez, Á. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: Una. *Avances en Medición*. (6), 27-36.

Espinoza, E. E. (2018). Hypothesis in research. *Mendive. Revista de Educación*, 16(1), 122-139.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-76962018000100122

FAO. (06 de Junio de 2017). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la agricultura*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la agricultura:

<http://www.fao.org/mexico/noticias/detail-events/en/c/892111/>

Fernández-Jardón, C. M., y Martos, M. S. (2016). *Capital intelectual y ventajas competitivas en pymes basadas en recursos naturales de Latinoamérica*. Innovar.

- Fong, C., Flores, K. E., y Cardoza, L. M. (2017). La teoría de recursos y capacidades: un análisis bibliométrico. *Ciencias humanas y sociales*, 411- 440.
- Frías, R. A., González, M., y González, Á. M. (2013). Metodología de validación de un modelo de gestión del cliente interno en procesos empresariales. *Res non verba*, 1(1), 1-20.
http://resnonverba.ecotec.edu.ec/edicion4/revista_completa.pdf#page=40
- Galicia, L. A., Balderrama, J. A., y Navarro, R. E. (2017). Validez de contenido por juicio de expertos: propuesta de una herramienta virtual. *Apertura (Guadalajara, Jal.)*, 9(2), 42-53.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-61802017000300042
- García, M. F., y Ortiz, A. F. (2017). Una prueba para el problema de igualdad de varianzas. *Facultad de estadística*, 1(1), 1-45. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/3837>
- García, N., Carreño, Á. L., y Doumet, N. Y. (2020). Validación del modelo de gestión sostenible para el desarrollo turístico. *Revista de Investigación y Negocios*, 13(21), 37-51.
[doi:https://doi.org/10.38147/invyne.v13i21.82](https://doi.org/10.38147/invyne.v13i21.82)
- Gómez-Charris, Y., Ovallos, D., y Cortabarría, L. (2017). Definición de un perfil que maximice la capacidad innovadora y competitiva en las organizaciones. Caso de aplicación: Sector Muebles del Atlántico – Colombia. *Revista espacios*, 38(4), 1-9.
<http://www.revistaespacios.com/a17v38n04/17380410.html>
- González, S. S., Viteri, D. A., Izquierdo, A. M., y Verdezoto, G. O. (2020). Modelo de gestión administrativa para el desarrollo empresarial del Hotel Barros en la ciudad de Quevedo. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 32-37. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400032&script=sci_arttext&lng=en
- Grimaldi-Puyana, M., y Sanchez-Oliver, A. J. (2017). Evolución de rentabilidad financiera y endeudamiento según un tamaño de organizaciones de gestión de instalaciones deportivas

de ocio no competitivo. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, 6(3), 46-56.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6678543>

Guerra , T. S., y Pace, A. E. (2017). Análisis factorial confirmatorio de la escala. *Rev. Latino-Am. Enfermagem*, 25(2856), 1-9.

<https://www.scielo.br/j/rlae/a/vVwVJ3wSSzJ4ZFDTDWXLmXG/?lang=es&format=pdf>

Guisao, S., Rincón, L. D., y Arias-Pérez, J. (2017). Capacidad de tecnologías de información y desempeño organizacional: efecto mediador de la capacidad de absorción. *Cuadernos de Administración*, 30(55), 1-29.

<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=daf54e54-187d-448f-82d7-0c889bd08a0e%40sessionmgr4008>

Hernández , Y., Hernández , V. J., Batista, N. E., y Tejeda, E. (2017). ¿Chi cuadrado o Ji cuadrado? *Medicentro Electrónica*, 21(4), 294-295.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30432017000400001

Hernandez, E. J. (2013). *Modelo de gestión empresarial según nuevas tendencias: intangibles y calidad total. Aplicación al sector camaronero de Venezuela*. Córdoba: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba.

<https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/10762/2013000000806.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández, I., Salazar, D., Rodríguez, M., y Fleitas , M. S. (2010). Estrategia para integrar la gestión del capital humano a la gestión empresarial. *Ingeniería Industrial*, 31(3), 1-10.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3639559>

- Hernández-Sampieri, R., y Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: McGRAW-HILL interamericana editores, S.A. de C.V.
- Huerta, P., Navas, J. E., y Almodóvar, P. (2004). La diversificación desde la Teoría de Recursos y Capacidades. *Cuadernos de estudios empresariales*, 14, 87-104.
- Jacobo, C., Duarte, F., y Ochoa, S. (2020). Estilos de liderazgo y desempeño organizacional en tiendas de conveniencia en México. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas*, 15(45), 38-52. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7407377>
- Jaimes, L., Luzardo, M., y Rojas, M. D. (2018). Factores Determinantes de la Productividad Laboral en Pequeñas y Medianas Empresas de Confecciones del Área Metropolitana de Bucaramanga, Colombia. *Información tecnológica*, 29(5), 175-186.
https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-07642018000500175&script=sci_arttext&lng=p
- Juárez, A. (2017). Central de Abasto Ciudad de México. *Revista latinoamericana de antropología del trabajo*, 1(1).
- Kor, Y. Y., y Mahoney, J. T. (2004). Contributions to the resource-based view of strategic management. *Journal of management studies*, 41(1), 183-191.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.1467-6486.2004.00427.x>
- Landero, R., y Gonzalez, M. T. (2016). *Estadística con SPSS y metodología de la investigación*. México: Editorial Trillas.
- Liza, C. M., y Siancas, C. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una entidad bancaria de trujillo*. Trujillo-perú.

- Lloret-Segura, S., Ferreres-Traver, A., Hernández-Baeza, A., y Tomás-Marco, I. (2014). El Análisis Factorial Exploratorio de los Ítems: una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología*, 30(3), 1151-1169. <http://dx.doi.org/10.6018/analesps.30.3.199361>
- López , A. S., Ojeda, J. F., y Rios, M. M. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso. *Revista de contabilidad. Spanish Accounting Review*, 20(1), 36-46.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S113848911600011X>
- Lora-Guzmán, H. S., Castilla-Paternina, S., y Góez-Flórez, M. C. (2020). La gestión por competencias como estrategia para el mejoramiento de la eficiencia y la eficacia organizacional. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 15(1), 83-94.
<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/6291>
- Luna, E. A., y Anaya, A. (2018). Modelos de gestión integral: un estudio comparativo y sus beneficios en las organizaciones. *Revista Iberoamericana de Ciencias*, 5(6), 39-45.
<http://reibci.org/publicados/2018/dic/3100105.pdf>
- Mata-López, F. X., Mata-López, D. A., y Terranova-Mera, J. E. (2020). Modelo Deming Prize de Gestión de calidad para la productividad de las Pymes Ecuatorianas. *Polo del conocimiento*, 5(3), 1033 -1053. doi:10.23857/pc.v5i3.1539
- Matus , D. (2018). Implementación operativa de un modelo de intervención para la mejora del desempeño organizacional. *Signos: Investigación en sistemas de gestión*, 10(2), 71-86.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6726342>
- Mediver , C. (2018). Modelo para la mejora del desempeño organizacional a través de las prácticas de la gestión de la calidad, gestión del conocimiento y liderazgo

- transformacional en una universidad privada. *Apuntes Universitarios*, 8(3).
<https://www.redalyc.org/journal/4676/467657107004/html/>
- Méndez , V. M., Méndez , L., y Cruz , A. J. (2018). La importancia de la administración en las organizaciones como forma para lograr competitividad. *Revista caribeña de ciencias sociales*, 1-14. <http://www.eumed.net/rev/caribe/2018/01/administracion-organizaciones.html>
- Millán, N. T., Zazueta, H. G., Díaz , T., y Fragoza, U. (2018). Estrategias innovadoras de producción y comercialización de papa en el noroeste de México. *Revista Cubana de Contabilidad y Finanzas. COFIN HABANA*(1), 255-267.
<http://www.cofinhab.uh.cu/index.php/RCCF/article/view/290>
- Nápoles-Nápoles, L. Y., Tamayo-García, P., y Moreno-Pino , M. (2016). Medición y mejora de la satisfacción del cliente interno en instituciones universitarias. *Ciencias Holguín*, 22(2), 1-16. <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181545579003.pdf>
- Navarro, E. M. (2014). *Modelo de gestión para mejorar el desempeño individual en una organización de la Sociedad Civil de Ciudad Obregón Sonora*. Cd. Obregón, Sonora, México: Instituto Tecnológico de Sonora.
- Orozco , M. E., y García, M. D. (2002). Organización comercial en la central de abasto de la ciudad de Toluca, México. *Ciencias sociales*, 31-39.
- Padilla-Ornelas, P. J., y Martínez-Serna, M. d. (2018). Gestión del conocimiento y su influencia sobre el desempeño organizacional en las empresas de Aguascalientes. *Investigación y ciencia de la universidad autónoma de aguascalientes*(75), 55-65.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6579486>

Revista de Gestão e Secretariado, 10(3), 69-88.

<https://www.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/914>

Robles, B. F. (2019). Población y muestra. *Pueblo continente*, 30(1), 245-247.

<http://200.62.226.189/PuebloContinente/article/view/1269>

Rodriguez, O. R. (2013). *La evaluación objetiva en ingeniería aportes en proceso de evaluación y mejora curricular*. Cartagena de Indias: World Engineering Education Forum.

Sánchez, M. L., y De la Garza, M. H. (2018). Tecnologías de información y desempeño organizacional de las pymes del noreste de México. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 23(82), 298-313.

https://www.researchgate.net/profile/Monica_Sanchez_Limon2/publication/327068741_Tecnologias_de_informacion_y_desempeno_organizacional_de_las_pymes_del_noreste_de_Mexico/links/5b764a7d45851546c90a4663/Tecnologias-de-informacion-y-desempeno-organizacional-

Sánchez, G. A. (2009). El desarrollo organizacional: una estrategia de cambio para las instituciones documentales. *Anales de Documentación*(12), 235-254.

<https://www.redalyc.org/pdf/635/63511932013.pdf>

Sánchez, S., y Herrera, M. (2016). Los recursos humanos bajo el enfoque de la teoría de los recursos y capacidades. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 24(2), 133-146.

Savall, H. (2003). An updated presentation of the socio-economic management model. *Journal of organizational change management.*, 16(1), 33-48. doi:10.1108/09534810310459756

SDET. (9 de Septiembre de 2019). Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo. (F. J.

Madrigal, Entrevistador)

- Simancas , R. A., Silvera , A. d., Garcés, L. F., y Hernández , H. G. (2018). Administración de recursos humanos: factor estratégico de productividad empresarial en pymes de Barranquilla. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(82), 1-16.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29056115008>
- Suárez, H. J., y Ibarra, M. S. (2002). La teoría de los recursos y capacidades. Un enfoque actual en la estrategia empresarial. 63-89.
- Tello, M. D. (2017). Innovación y productividad en las empresas de servicios y manufactureras. El caso del Perú. *Revista de la CEPAL*(121), 73-92.
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=fdaeda8-81da-48a8-86db-c678c23378d1%40sdc-v-sessmgr01>
- Torres, F. (2011). El abasto de alimentos en México hacia una transición económica y territorial. *Revista Problemas del Desarrollo*, 42(166), 63-84.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0301-70362011000300004&script=sci_arttext&lng=pt
- Torrez, J., y Pérez, B. (2018). El comercio en Tabasco. *ru.IIEC Repositorio universitario*, III, 384-403. <http://ru.iiec.unam.mx/3840/>
- Vallaesys , F., y Álvarez , J. (2019). Hacia una definición latinoamericana de responsabilidad social universitaria. Aproximación a las preferencias conceptuales de los universitarios. *Educación XXI*, 22(1), 93-116.
<http://revistas.uned.es/index.php/educacionXX1/article/view/19442>
- Vega , E., y Balderas , J. d. (2021). Tecnología del Desempeño Humano. *Técnica administrativa*, 20(86), 1- 4. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8164299>

Velásquez-Morales, M.-T. (2019). Gestión administrativa e imagen corporativa de la universidad

nacionalamazónica de Madre de Dios. *REVISTA EL CEPROSIMAD*, 7(1), 06-17.

<http://www.journal.ceprosimad.com/index.php/ceprosimad/article/view/72/83>

Vera-Mendoza, M. B. (2019). Las competencias laborales como eje formativo para mejorar el

desempeño organizacional. *Maestro y Sociedad*, 16(4), 42-54.

<https://maestroysociedad.uo.edu.cu/index.php/MyS/article/view/5003>

Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*.,

5(2), 171-180.

Yamakawa, P., y Ostos, J. (2011). Relación entre innovación organizacional y desempeño

organizacional. *Universidad y Empresa*, 13(21), 93-115.

<https://www.redalyc.org/pdf/1872/187222420005.pdf>

Glosario de términos

Desempeño: es el efecto citado por la dedicación, capacidad y el esfuerzo individual y/o agrupado, siendo medible para cortejar y observar el logro de los objetivos (Ríos-Manríquez et al., 2019).

Mejoramiento del desempeño organizacional: proceso que aumenta la productividad, bajo el cumplimiento del logro de los objetivos, metas y estrategias establecidas por la organización (Coaquira, 2018).

Modelo: Representación teórica sobre un escenario complejo, elaborado con el fin de facilitar su comprensión y el estudio de su comportamiento (González et al., 2020).

Gestión: consiste en coordinar, y llevar a cabo las actividades de la organización (González et al., 2020).

Modelo de gestión: es un proceso mediante el cual se organizan y combinan los recursos para cumplir con las políticas y objetivos, dirigidas a mejorar la productividad de las organizaciones (González et al., 2020).

Apéndices

Apéndice A. Guías de entrevista

Guía de entrevista para autoridades

Nombre del entrevistado _____ Fecha: _____

Nombre del cargo: _____

Edad: _____

Sexo
Masculino
Femenino

1. ¿Con qué servicios cuenta la CAV para usuarios y clientes?

R:

2. ¿Dentro de la cuota o pago por el arrendamiento por parte de los usuarios, qué servicios están incluidos?

R:

3. ¿Considera que la cuota que se cobra a los usuarios corresponde a lo que ellos reciben por los servicios pactados? ¿Por qué?

R:

4. Reciben algún tipo de apoyo por parte del gobierno federal, estatal y/o municipal?

R:

5. ¿Existe alguna asociación o consejo de administrativos en la CAV? En caso afirmativo, ¿cuáles?

R:

6. ¿Existe algún tipo de reglamento establecido para los usuarios de la CAV? ¿Lo conocen? ¿Cada cuándo lo actualizan y cuál es el mecanismo de actualización?

R:

7. ¿Cuál es la función de la Administración en la CAV?

R:

8. ¿Existe comunicación entre la Administración y los usuarios? En caso afirmativo, ¿a través de qué medios? ¿Cuál es el resultado?

R:

9. ¿Cuáles son los temas que se tratan en las reuniones?

R:

10. ¿Qué tipos de problemas son los que más afectan a la CAV?

R:

11. ¿Cómo podría aumentar el número de clientes en la CAV?

R:

12. ¿Antes del Covid-19, qué tan rentable había sido la CAV? ¿La rentabilidad era la esperada?

R:

13. ¿Cuáles son las estrategias que sugieren para mejorar la rentabilidad de la CAV?

R:

14. ¿Ha crecido la CAV con un plan?

R:

15. ¿Se ha basado en algún plano sobre la infraestructura? En caso de haber realizado modificaciones, ¿qué beneficio trajo ese cambio para los usuarios y clientes?

R:

16. ¿Qué planes hay a futuro para la CAV?

R:

Comentarios generales

¡Muchas gracias!

Guía de entrevista para usuarios (tianguistas y bodegueros)

Numero de local: _____

Fecha: _____

Tipo de usuario: a) Locatario b) Bodeguero c) Tianguista d) Otro

Especificar _____

Edad: _____

Sexo

Masculino

Femenino

17. ¿Cuáles son los servicios que les presta la CAV?

R:

18. ¿Con base en la cuota por el arrendamiento, considera usted que los servicios incluidos son adecuados a la cuota que paga?

19. ¿Recibe algún tipo de servicio adicional proporcionado por la CAV que no esté incluido en la cuota por el arrendamiento?

R:

20. ¿Existe alguna asociación o unión de usuarios? En caso afirmativo, ¿cuál es?

R:

21. ¿Conoce usted algún reglamento establecido por la CAV?

R:

22. ¿Conoce las funciones establecidas para ustedes? En caso afirmativo, ¿por qué medio se enteró de esas funciones?

R:

23. ¿Se realizan reuniones entre usuarios y administrativos de la CAV? En caso afirmativo, ¿con qué frecuencia?, ¿para qué?

R:

24. ¿Qué temas tratan en las reuniones?

R:

25. ¿Con base en su experiencia dentro de la CAV, cuáles son los problemas que más les afectan para hacer su trabajo?

R:

26. ¿Qué propone para mejorar estos problemas?

R:

27. ¿Cómo eran las ventas antes del COVID 19, comparadas con ahora? ¿Sus ventas estaban dentro de sus expectativas?

R:

28. ¿Tiene alguna estrategia para incrementar sus ventas? En caso afirmativo, ¿qué piensa hacer?

R:

29. ¿Considera usted que el tamaño del área de descargas es el adecuado para el buen funcionamiento de las actividades en la CAV?

R:

Comentarios generales

¡Muchas gracias!

Guía de entrevista para clientes

Nombre del entrevistado _____ Fecha: _____

Edad: _____

Sexo	
Masculino	<input type="checkbox"/>
Femenino	<input type="checkbox"/>

1. ¿Cuáles servicios le ofrece la CAV?

R:

2. ¿Desde hace cuánto tiempo compra usted en la CAV?

R:

3. ¿Por qué compra en la CAV?

R:

4. ¿Qué compra usted en la CAV?

R:

5. ¿Cuál es la frecuencia con que realiza compras en la CAV?

R:

6. ¿Cuál es la probabilidad de que siga comprando en la CAV?

R:

7. Considerando su experiencia en los productos y servicios que se ofrecen en la CAV, ¿qué probabilidades hay de que recomiende a algún amigo o familiar comprar aquí?

R:

8. ¿Qué opina sobre la atención recibida por parte de los vendedores?

R:

9. En general, ¿qué tan satisfecho está con los productos y servicios de la CAV?

R:

10. ¿En qué debe mejorar en la CAV?

R:

Comentarios generales

¡Muchas gracias!

Apéndice B. Ideas clave – autoridades, usuarios (tianguistas y bodegueros) y clientes.

Ideas clave – autoridades

Categoría 1: Servicios que la CAV ofrece a usuarios

A. Se cuenta con servicios y mantenimiento general.

(Siempre)

“Pues contamos con varios servicios, principalmente con la recolección de basura, vigilancia, limpieza de áreas comunes y alumbrado público”.

“Los servicios que proporcionamos son recolección de basura, limpieza en áreas comunes (jardinería y accesos), vigilancia, alumbrado”.

“Mantenimiento general (limpieza, alumbrado en las viabilidades de la CAV y agua)”.

“Energía eléctrica en el exterior (Calles y pasillos), vigilancia y sanitarios”.

B. Otros servicios a disposición de los usuarios.

(Rara vez)

“Servicio de báscula, renta de bodegas, servicio de limpieza y estacionamiento”.

Categoría 2: Cuota por servicios

A. Lo que pagan los usuarios es muy bajo con respecto a lo que se les otorga.

(Siempre)

“Sí, de hecho, la cuota es hasta muy baja en comparación con todos los gastos de servicios”.

“Sí, hasta muy bajo, no es suficiente para cubrir todos los gastos”.

“Sí, de la mano de todos los servicios brindados y por lo que en ocasiones se resisten al pago, es hasta insuficiente”.

“Apenas alcanza para cubrir todos sus gastos”.

B. La cuota es suficiente para cubrir los gastos de la CAV

(Rara vez)

“Si es suficiente”.

Categoría 3: Apoyos de entidades públicas

A. El apoyo proveniente de entidades públicas es escaso.

(Siempre)

*“Si, por parte del gobierno del estado con una parte del pago de la plantilla de nómina”,
pero es un mínimo apoyo”.*

*“Si, es un apoyo que viene de parte del estado, para el pago de plantilla de persona, no
de todos, sino una parte de quienes laboran aquí en la administración de la CAV.”.*

“Si, por parte del gobierno del estado para la nómina ejecutiva”.

B. Se carece de apoyo gubernamental para la CAV

(Rara vez)

“No, se recibe ningún apoyo”.

Categoría 4: Existencia de asociaciones en la CAV

A. *El Consejo de Administración es la asociación que representa a las autoridades de la CAV.*

(Siempre)

“Si, el consejo de administración para la central de abasto de Villahermosa”.

Categoría 5: Reglamento de la CAV

A. *Los administrativos conocen el reglamento de la CAV.*

(Algunas Veces)

“Si, instructivo de operaciones de la CAV, decreto de creación y reglamentos internos.”.

“Si existe, el instructivo de operaciones de la CAV”

B. *El reglamento necesita ser actualizado, pero es un proceso complejo.*

(Pocas veces)

“Si existe: instructivo de operación de la CAV, el reglamento interno, al momento no se ha actualizado, debido a que es necesario, ya se está trabajando en ello, pero es un proceso que requiere mucho tiempo ya que involucra a varias autoridades para su aprobación y requiere muchos filtros, ¡pero eso es un tema complicado!”.

“Si hay, pero no se ha actualizado. De hecho, se necesita actualizarlo pero es un proceso que involucra varias autoridades incluyendo al jurídico”.

Categoría 6: Funciones establecidas para la Administración de la CAV

A. *Administrar los recursos con que cuenta la CAV*

(Siempre)

“Administrar los recursos existentes en la CAV y la renta de inmuebles para comercialización”.

“Administrar la infraestructura de la CAV y proporcionar los servicios de mantenimiento (iluminación, vigilancia, recolección de basura)”.

B. Ofrecer servicios de arrendamiento a usuarios

(Algunas veces)

“Administrar los recursos y brindar los servicios de arrendamiento.”

“Administrar los recursos de la CAV”.

“Prestar un servicio de arrendamiento, para establecer un comercio dentro de las instalaciones de la CAV”.

Categoría 7: Medio de comunicación entre autoridades y usuarios

A. Atención personal entre usuarios y autoridad

(Pocas veces)

“Sí, con el presidente de la Unión de Bodegueros y el de la Unión de Tianguistas con la administración”.

“Sí, de forma directa entre el usuario y administración, y en su caso el consejo se reúne cada tres meses involucrando un vocal (representante “presidente) de los bodegueros y el vocal de tianguistas, se han tenido resultados positivos”.

B. Se realizan reuniones cada determinado tiempo y según la necesidad del usuario.

(Pocas veces)

“Sí, se hacen reuniones y también atención personalizada para atender cualquier situación en el momento que se tenga algún problema”.

“Sí, se hacen reuniones y se han presentado resultados positivos”.

Categoría 8: Temas tratados en las reuniones en la CAV

A. Se exponen temas financieros y de problemáticas de la CAV.

(Siempre)

“Se dan los informes financieros, etc.”.

“Información financiera, contable y aprobación de actividades por parte del consejo”.

“Se presentan cuestiones contables mediante informes”

“Información financiera”

B. Se analizan temas sobre cuestiones ilícitas

(Algunas veces)

“Problemas internos (cuestiones de trabajos ilícitos)”.

“Relatoría de eventos (asaltos, robos o cualquier otra situación)”.

“Eventos, como robo u alguna otra cuestión”

“Problemas relacionados con la CAV”

C. Temas relacionados con las obras y mantenimiento de las bodegas

(Pocas veces)

“Mantenimiento de las bodegas”

“Obras realizadas”

D. Se analizan temas sobre la seguridad de la CAV

(Rara vez)

“Temas que involucran la seguridad”

Categoría 9: Principales problemas en la CAV

A. Se carece de la seguridad dentro de la CAV.

(Algunas veces)

“Inseguridad, resistencia de pagos, infraestructura dañada, espacios sin función que pudieran tener una mejor oportunidad”

“Inseguridad, resistencia de pagos, infraestructura sin mantenimiento (muy vieja, muy dañada)”.

“inseguridad, espacios mal ubicados, y falta de conocimiento del reglamento por parte de los usuarios para conocer sus funciones y responsabilidades”.

B. Infraestructura inadecuada para el buen funcionamiento de la CAV

(Pocas veces)

“Espacios mal ubicados, problemas de estacionamiento, bodegas muy viejas y con mala presencia para los clientes, los usuarios no mantienen limpias sus áreas”.

“Principalmente la CAV la infraestructura no es adecuada, sus locales están muy dañados, debido a que ya es muy vieja”.

Categoría 10: Captación de clientes

A. Es necesario ofrecer productos de calidad bajo la higiene y la seguridad.

(Pocas veces)

“Promoción, calidad, higiene, seguridad”.

“Mantener productos con buena calidad, que sus áreas de trabajo estén en buenas condiciones en materia de seguridad e higiene”.

B. Se necesita de una buena difusión para a atracción del cliente.

(Pocas veces)

“Tal vez podría lograrse, difundiendo más a la CAV”.

“Aprovechar las redes sociales para la difusión de la CAV y productos que garanticen calidad”.

C. Se necesita manejar buenos precios comparado con los competidores

(Rara vez)

“Mantener buenos precios en comparación de sus competidores, monitoreo constante en los precios de la competencia, difusión, calidad y, sobre todo, mejorar sus condiciones para que el ama de casa quiera llegar a comprar a la CAV”.

Categoría 11: Rentabilidad de la CAV

A. La rentabilidad de la CAV se mantiene estable.

(Siempre)

“Lo que respecta a este sexenio, la rentabilidad ha sido buena y estable, está existiendo un acercamiento con los bodegueros”

“A pesar de todo es rentable y ante esta pandemia las ventas se han mantenido, ni suben ni bajan”.

”Se ha mantenido estable”

Categoría 12: Estrategias para el buen funcionamiento de la CAV

A. Es necesario establecer comunicación entre usuarios.

(Algunas veces)

“Tener una labor en conjunto entre administrativos y la Unión de Bodegueros y la unión de tianguistas, para mantener a la CAV en óptimas condiciones para un buen funcionamiento”

“Acercamiento a los bodegueros y tianguistas para que juntos hagan funcionar la CAV lo mejor posible”.

B. Se necesita mejorar la infraestructura de la CAV

(Algunas veces)

“Modernizar la CAV, aprovechar espacios que se tienen, mejorar los procesos de operación acorde a lo que hay en la actualidad”.

“Aprovechar áreas libres y modernizar los procesos de operación”.

C. Se necesita implementar el servicio a domicilio.

(Rara vez)

“En este momento, frente esta pandemia, el servicio a domicilio sería muy pertinente”.

Categoría 13: Planes de crecimiento a corto plazo

A. Plan de recuperación de bodegas

(Siempre)

“Si, se planeó la recuperación de la nave I, se sometió a procesos jurídicos, se rescató y ahora se tienen en renta la mayoría de las bodegas”

“Se han estado recuperando algunas bodegas y esto ha generado nuevos espacios para rentas”.

Categoría 14: Cambios en la infraestructura de la CAV

A. Las modificaciones que se han realizado a la infraestructura son menores.

(Siempre)

“Realmente solo se han hecho cosas pequeñas, como banquetas, pero en sí, la CAV como tal no ha sido modificada, sobre todo por la falta de recursos económicos”.

“¡Planes hay muchos, pero dinero muy poco!”.

Categoría 15: Proyecciones a futuro para la CAV

A. Es necesario la modernización de la infraestructura en la CAV

(Siempre)

“Reconfigurar toda la infraestructura de la CAV, si cambiar de ubicación a la CAV”.

“Se está proyectando la remodelación de la CAV”.

“A largo plazo la remodelación de la CAV”.

“Construir más bodegas, colocar canales de agua, reacondicionar el estacionamiento”.

“Se está trabajando en un programa para mejorar la seguridad de la CAV, y el reacondicionamiento de los techos de las bodegas”.

Categoría 16: Comentarios generales

A. Es necesario realizar cambios que permitan una mayor rentabilidad para la CAV.

(Siempre)

“Todos somos conscientes de que la CAV no opera adecuadamente y que necesita cambios”

B. Es necesario proponer estrategias que generen crecimiento

(Siempre)

“Realmente nos mantenemos, pero no hemos crecido”

C. Es necesario mejorar la seguridad e higiene de la CAV

(Algunas veces)

“Grandes tiendas con mejor seguridad e higiene, son nuestra mayor competencia”

Ideas clave - usuarios (bodegueros y tianguistas)

Categoría 1: Servicios que la CAV ofrece a los usuarios

A. Se cuenta con servicio de mantenimiento

(Frecuente)

“Mantenimiento en general”

B. Las autoridades brindan el servicio de recolección de basura a los usuarios

(Frecuentemente)

“Recolección de basura”

“Limpieza general de la CAV”

“Solo recolección de basura”

“Levantamiento de basura”

“Limpieza”

C. Se cuenta con servicios de alumbrado

(Frecuentemente)

“Alumbrado”

“Luz en las calles”

D. Las autoridades proporcionan vigilancia a los usuarios

(Algunas veces)

“vigilancia, y seguridad”

“Vigilancia”

E. Hay usuarios que no reciben servicios de ningún tipo.

(Pocas veces)

“No presta ningún servicio”

“A esta bodega, ningún servicio”

Categoría 2: Cuota adecuada por servicios

A. Pago justo por los servicios ofrecido a los usuarios

(Frecuente)

“Si es lo adecuado al pago”

“Considero que es adecuado el pago”

B. La cuota incluye servicios insuficientes.

(Pocas veces)

“No me incluye ningún servicio más que la bodega en renta”

“No es suficiente”

Categoría 3: Existencia de asociaciones en la CAV

A. Unión de tianguistas y bodegueros

(Siempre)

“Sí, Unión de Tianguistas y Unión de Bodegueros”

Categoría 4: Reglamento de la CAV

A. Los usuarios no conocen el reglamento

(Algunas veces)

“No lo conozco, sé que hay, pero no lo conozco”

“No se”

B. Hay usuarios que sí conocen el reglamento de la CAV.

(Pocas veces)

“Si lo conozco”

“Si existe”

Categoría 5: Funciones establecidas para los usuarios

A. Los usuarios no conocen las funciones que les corresponden

(Algunas veces)

“No las conozco”

B. Venta de productos al mayoreo

(Algunas veces)

“Venta mayoreo de frutas y verduras”

“La venta al mayoreo”

“Proveer de productos para el abastecimiento de mayoristas”

C. Mantener las áreas limpias es una de las funciones de los usuarios

(Algunas veces)

“Mantener los espacios donde vendemos en limpieza”

“Mantener limpia nuestra área”

El cuidado de nuestras bodegas”

Categoría 6: Medio de comunicación entre autoridades y usuarios

A. Existe comunicación mensual entre autoridades y usuarios

(Siempre)

“Si, se hacen reuniones cada mes”

Categoría 7: Temas tratados en las reuniones en la CAV

A. Conocer el protocolo COVID-19 es necesario para la aplicación de las medidas sanitarias.

(Siempre)

“El protocolo de sanidad por COVID-19 es un tema fundamental en este momento”

B. La modificación a las instalaciones de la CAV es un tema importante

(Frecuente)

“Remodelación de la CAV”

“Proyecto remodelación”

“Modificaciones de la CAV”

C. Es necesario conocer sobre las ventas

(Pocas veces)

“Sobre ventas”

D. La infraestructura es importante para la CAV

(Pocas veces)

“Sobre el mantenimiento en general de la CAV”

“Espacios inadecuados para el estacionamiento”

E. La limpieza es otro de los temas tratados en las reuniones

(Pocas veces)

“Todo lo que tiene que ver con la limpieza general de la CAV”

F. Es necesario contar con seguridad en la CAV.

(Pocas veces)

“Temas sobre seguridad”

Categoría 8: Principales problemas en la CAV

A. La inseguridad es necesaria en la CAV

(Siempre)

“Principalmente inseguridad”

“Inseguridad”

B. La CAV presenta una infraestructura dañada.

(Algunas veces)

“La infraestructura está muy vieja”

“La CAV está mal distribuida, hay muchos espacios sin uso”

“Espacios de estacionamiento inadecuados”

“calles rotas”

C. Es necesario contar con espacios limpios

(Pocas veces)

“Los compañeros no limpian sus áreas de descarga”

“limpieza”

D. Áreas de trabajo en mal estado para los usuarios

(Rara vez)

“Malas condiciones de la CAV para las operaciones, algunas calles sin pavimentación”

“Para nosotros tianguistas los espacios están mal ubicados y sin pavimentar las calles”

“Estacionamiento inadecuado. Infraestructura en general mal distribuido para el desarrollo de las actividades”

E. Exista falta de comunicación entre usuarios

(Rara vez)

“Mala comunicación entre usuarios”

“Falta de comunicación entre tianguistas, bodegueros y locatarios” para mejorar la atención del cliente”

F. Las autoridades necesitan dar seguimiento a los problemas de la CAV

(Rara vez)

“El responsable de la administración no da seguimiento a todos los problemas”

G. Instalaciones eléctricas ineficientes

(Rara vez)

“Problemas de la energía eléctrica”

Categoría 9: Estrategias para el buen funcionamiento de la CAV

A. Las autoridades necesitan establecer medidas ante los problemas de la CAV

(Pocas veces)

“Dar seguimiento a las propuestas de mejora, administraciones van y vienen y no hacen nada por la CAV”

“Hacer acuerdos para el mantenimiento de la CAV para mejorar la imagen de los clientes, principalmente de las amas de casa”

“Que la administración tome medidas principales en estos temas con multas o algún castigo”

“Que la administración asuma su papel y de seguimiento a todas las problemáticas”

“Multas para quienes no cumplan”

“Que la administración establezca un código o multas a quien no mantenga sus áreas de trabajo limpias”

B. Se necesita mejorar las instalaciones de la CAV

(Pocas veces)

“Reacondicionamiento de la CAV, pero en el mismo lugar

“Mejorar a la CAV, que los usuarios mantengan limpios sus espacios para una mejor impresión”

“Reubicación o mejorar la distribución del tianguis”

“Segmentar los espacios de estacionamiento para clientes y proveedores”

“Reacondicionar la infraestructura general”

C. Es necesario establecer comunicación entre todos los involucrados en la CAV

(Rara vez)

“Hacer reuniones más cercanas, establecer una mejor comunicación con todos los involucrados”

D. Es necesario realizar monitoreo de los productos perecederos para evitar mermas

(Rara vez)

“Supervisión de los productos perecederos”

E. Es necesario mejorar la atención del cliente

(Rara vez)

“Tratar temas que mejoren la atención al cliente”

F. Se necesita mejorar las condiciones eléctricas

(Rara vez)

“Tener una subestación autónoma para la CAV”

Categoría 10: Rentabilidad de la CAV

A. Las ventas se encuentran estables

(Algunas veces)

“Se mantienen, en los últimos años no han aumentado, pero tampoco han disminuido.”

B. Las ventas han estado decayendo en los últimos años

(Pocas veces)

“Han bajado. De hecho, en los últimos años ha decaído por la presencia de otras tiendas del alrededor”

“Se mantienen, pero sí hay un comportamiento bajo en los últimos años”

“Derivado del COVID-19, las ventas bajaron. De 5 años atrás vienen bajando”

“Se mantienen. Sin embargo, en los últimos años se ha comportado decadente la CAV en general”

C. Hubo una disminución de las ventas ante Covid-19

(Rara vez)

“Si bajaron un poco”

Categoría 11: Estrategias para el buen funcionamiento de la CAV

A. Las promociones y ofertas forman parte de las estrategias de algunos bodegueros

(Algunas veces)

“Solo promociones”

“Por el momento solo ofertas”

“Promociones y ofertas”

“Monitoreo de precios para ofrecer ofertas y promociones que atraigan al cliente”

B. Es necesario mejorar la atención del cliente

(Pocas veces)

“Por el momento mejorar la atención del cliente, sobre todo con todo lo que se está viviendo”

C. Se carece de estrategias para incrementar las ventas

(Pocas veces)

“Por ahora no contamos con estrategias para incrementar ventas”

“Por el momento no, nos mantenemos bien”

“No, actualmente estamos estables”

D. Faltan estrategias para vender al menudeo.

(Rara vez)

“Se está buscando las formas de vender menudeo para clientes que buscan comprar pocos artículos, ya que solo vendemos mayoreo”

“Proyecto de tianguis ¡ventas minoristas!”

Categoría 12: Condición del área de descargas

A. El área de descarga es ineficiente para el buen funcionamiento de las actividades de la CAV

(Algunas veces)

“No es adecuada, pues las actividades se atrasan por tantos carros de clientes y el transporte de los de proveedores”

“No es adecuado. Es un problema, siempre está lleno, no hay espacios para estacionarse”

“No, pero puede organizarse mejor”

“El área está bien. Sin embargo, los clientes se estacionan en el área de carga y no utilizan su estacionamiento”

B. El espacio está mal distribuido

(Pocas veces)

“Si es adecuado”

“Si, pero hay muchos espacios vacíos, mala distribución en sí de la CAV”

“Sí, solo que está mal distribuido”

“Si, solo que hay que distribuir los espacios adecuadamente para un mejor funcionamiento”

“Si es adecuado”

“Es adecuado pero está mal organizado”

Categoría 13: Comentarios generales

A. Es necesario atender los problemas de comunicación

(Siempre)

“Realmente todos los usuarios coinciden en las problemáticas de la central de abasto principalmente es la falta de comunicación”

B. La inseguridad es un problema latente en la CAV

(Siempre)

“La inseguridad afecta demasiado a los usuarios y clientes”

C. Es necesario mejorar la infraestructura de la CAV

(Siempre)

“Existe mala distribución de los espacios que hay en la CAV”

D. Se necesita establecer comunicación entre todos los involucrados de la CAV

(Siempre)

“Falta de conocimiento de las reglas (cultura)”.

Ideas clave - clientes

Categoría 1: Servicios que le ofrece la CAV a los clientes

A. Se cuenta con abarrotes en general, frutas y verduras

(Frecuente)

“Abarrotes, frutas y verduras”

B. Se cuenta servicios de comedores y venta de plásticos.

(Pocas veces)

“Abarrotes, plásticos, comedores, frutas y verduras”

Categoría 2: Tiempo que lleva como cliente de la CAV

A. Cliente por dos años máximo

(Rara vez)

“Desde hace dos años”

B. Hay clientes con más de dos años hasta cinco

(Rara vez)

“Desde hace cuatro años”

“Cinco años”

“Desde hace cinco años”

C. Más de cinco hasta diez”

(Rara vez)

“Diez años”

“Más de diez años”

D. “Más de diez hasta veinte”

(Rara vez)

“veinte años”

“veintiún años”

E. Más de veinte años

(Rara vez)

“Más de veinticinco años”

“treinta años”

Categoría 3: Motivo de compra en la CAV

A. La CAV es el único centro de mayoreo

(Pocas veces)

“Porqué son las únicas bodegas de mayoreo”

“Porque es el único sitio mayorista”

“Porque no hay otro lugar de mayoreo como la CAV”

B. Los usuarios ofrecen buenos precios en sus productos

(Pocas veces)

“Por sus precios”

“Por sus precios y porque es el único centro mayorista”

“Por sus precios y variedad en productos”

C. Existe una amplia variedad de productos

(Pocas veces)

“Encuentras variedad de productos que no hay en otros lados”

“Tiene variedad de productos”

“Porque no hay otro centro mayorista con toda la variedad de la CAV”

Categoría 4: Productos que compran en la CAV

A. Abarrotes en general y productos perecederos

(Siempre)

“Abarrotes, frutas y verduras”

B. Otros productos como plásticos

(Rara vez)

“Abarrotes en general y plásticos (bolsas, botellas, etc.)”

Categoría 5: Frecuencia en la que se realizan las compras

A. Una vez por semana

(Pocas veces)

“Cada ocho días”

“Una vez por semana”

B. De dos a tres veces por semana

(Frecuente)

“Dos veces por semana”

“Tres veces por semana”

C. Realiza compras del diario

(Rara vez)

“Vengo a realizar las compras para mi tienda todos los días diario”

Categoría 6: Probabilidad de continuar comprando

A. Mientras siga el mayoreo, los clientes seguirán comprando.

(Pocas veces)

“Pues mientras tenga el gestión y siendo la CAV el único lugar de mayoreo, seguiré comprando”

“Pues mientras no haya un mejor lugar aquí seguiré comprando”

“Pues mientras no haya otro lugar como la CAV, seguiré comprando”

“Pues mientras tenga el gestión, seguiremos por aquí”

B. El precio es fundamental en la decisión de compra

(Rara vez)

“Seguiré comprando ya que tiene buenos precios aunque el lugar no sea tan limpio”

“Si los precios continúan así, seguiré comprando”

C. Existen clientes fieles en sus compras en la CAV

(Rara vez)

“Definitivamente seguiré comprando”

“Seguiré comprando”

D. Es necesario contar con variedad en productos

(Rara vez)

“Pues mientras tenga los productos que compro aquí seguiré comprando”

“Pues mientras tenga los productos que compro aquí seguiré comprando, es el único lugar por el momento”

Categoría 7: Probabilidad de recomendar la CAV a otras personas

A. Sí recomendaría la CAV

(Siempre)

“Si es recomendable”

Categoría 8: Atención de los usuarios a clientes

A. La atención al cliente es amable

(Frecuente)

“Es buena”

“Amables y con un buen servicio”

B. Es necesario brindar una buena atención al cliente

(Algunas veces)

“En algunos locales muy amables, en otros no tanto y a veces la atención es muy lenta”

“Pues ni tan buena, pero tampoco tan mala”

“Es más o menos buena”

Categoría 9: Qué tan satisfecho está con los servicios que le ofrece la CAV

A. Los clientes se encuentran satisfechos con el servicio recibido

(Algunas veces)

“Si estoy satisfecho”

“Pues es buena la atención”

B. Es necesario mejorar el servicio del cliente para poder atraerlo.

(Pocas veces)

“Los servicios están pésimos no hay nada adecuado”

“Satisfecho con algunas bodegas, en otras el servicio es muy ineficiente”

“Más o menos, en algunas cosas el servicio es ineficiente”

“No es tan bueno como debería ser”

Categoría 10: Mejoras que debe realizar la CAV

A. Se necesita distribuir las áreas para mejorar los procesos de trabajo

(Siempre)

“Reubicación de las áreas, todo está mal distribuido”

“Necesita mejorar sus espacios”

“Mejorar el estacionamiento”

“Necesita distribuir mejor sus espacios”

“Mejorar sus accesos, y distribuir mejor sus espacios”

B. La CAV es un lugar con inseguridad y falta de higiene

(Siempre)

“Necesita mejorar en la seguridad y en la limpieza”

“Necesita limpieza”

“Necesita ser un lugar más limpio

“Principalmente la limpieza, es un lugar muy sucio”

“Necesita ser un lugar más limpio

“Necesita mejorar la limpieza y la seguridad”

“Pues que le den mantenimiento en general, está deteriorada y vieja”

“Realmente en todo, falta de interés, se muy vieja, uno viene porque no hay otro lugar así”

“Pues mayor seguridad, higiene, y mejorar en si los espacios de la CAV, se muy deteriorada”.

Categoría 11: Comentarios generales

A. Es una ventaja ser el único lugar con variedad de productos al mayoreo

(Siempre)

“La central de abasto es el único lugar para comprar por mayoreo”

B. La atención del cliente es importante

(Frecuente)

“Hay vendedores muy amables, pero hay otros donde la atención es muy mala”

C. Es necesario mantener las áreas en buenas condiciones de seguridad e higiene.

(Frecuente)

“La CAV siempre está sucia, deberían poner más atención en todo eso”

“La limpieza es importante, y en la CAV eso no les importa, porque siempre está sucio”

D. Es necesario mejorar la infraestructura de la CAV

(Frecuente)

“Las instalaciones están muy dañadas, tiene un aspecto no muy agradable”

“La CAV necesita una remodelación, las bodegas están muy abandonadas”

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto. El caso de la central de abasto de Villahermosa.

Apéndice C. Matriz de convergencia

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto. El caso de la central de abasto de Villahermosa.

Categorías	Autoridades	Usuarios	Clientes	Lo no dicho	Resultados
1) Servicios que la CAV ofrece a usuarios	<p>A. Se cuenta con servicios y mantenimiento general (Siempre).</p> <p>B. Otros servicios a disposición de los usuarios (Rara vez).</p>	<p>A. Se cuenta con servicio de mantenimiento (Frecuentemente).</p> <p>B. Las autoridades brindan el servicio de recolección de basura a los usuarios Pocas veces).</p> <p>C. Se cuenta con servicios de alumbrado (Pocas veces).</p> <p>D. Las autoridades proporcionan vigilancia a los usuarios (Pocas veces).</p> <p>E. Hay usuarios que no reciben servicios de ningún tipo (Pocas veces).</p>	<p>A. Se cuenta con abarrotes en general, frutas y verduras (Frecuentemente).</p> <p>B. Se cuenta servicios de fondas y venta de plásticos (Pocas veces).</p>	<p>Se observó que no hay buena relación entre autoridades y usuarios por las expresiones utilizadas durante la entrevista. Es necesario definir cuáles son los servicios establecidos.</p>	<p>Las autoridades siempre mencionaron el mantenimiento general como parte de los servicios al igual que los usuarios, rara vez mencionaron la báscula como un servicio más prestado por la CAV. Por su parte los usuarios frecuentemente mencionaron la recolección de basura como uno de los principales servicios, algunas veces mencionaron la vigilancia y pocas veces se mencionó entre los usuarios el que no se les proporcione algún servicio.</p>

<p>2) Cuota por servicios</p>	<p>A. Lo que pagan los usuarios es muy bajo con respecto a lo que se les otorga (Siempre).</p> <p>B. La cuota es suficiente para cubrir los gastos de la CAV (Rara vez).</p>	<p>A. Pago justo por el servicio ofrecido a los usuarios (Frecuentemente).</p> <p>B. La cuota incluye servicios insuficientes (Pocas veces).</p>		<p>Se observó conflicto de intereses entre los usuarios y autoridades.</p>	<p>Las autoridades de la CAV siempre mencionaron que la cuota por el arrendamiento por parte de los usuarios no es suficiente para cubrir todos los gastos de mantenimiento. Rara vez mencionaron que sí es suficiente comparado con lo que ofrecen. Por el contrario, los usuarios frecuentemente consideraron que lo que pagan es adecuado, aunque pocas personas expresaron lo contrario. Falta establecer diálogo en donde definan criterios para mejorar los servicios que se necesitan para un buen funcionamiento</p>
<p>3) Apoyos de entidades públicas</p>	<p>A. El apoyo proveniente de entidades públicas es escaso (Siempre).</p>			<p>Las autoridades tienen temor de hacer cambios a la CAV y que los resultados sean negativos.</p>	<p>Todas las autoridades de la CAV mencionaron que sí reciben recursos económicos para cubrir parte de la nómina ejecutiva por parte del</p>

	B. Se carece de apoyo gubernamental para la CAV (Rara vez).			Consideran casi imposible el financiamiento por parte del gobierno.	gobierno del estado. Rara vez comentaron no recibir de su apoyo. Sin embargo, es un recurso limitado que no genera grandes aportes.
4) Existencia de asociaciones en la CAV	A. El Consejo de Administración es la asociación que representa a las autoridades de la CAV (Siempre).	A. Unión de tianguistas y unión de bodegueros (Siempre).		Las autoridades no mencionaron a la unión de bodegueros y a la unión de tianguistas, pues al parecer, existe conflicto de intereses.	Siempre se comentó sobre la existencia del consejo administrativo que representa a las autoridades de la CAV, mientras que para los usuarios siempre se mencionó a la una Unión de Tianguistas y a la Unión de Bodegueros, asociaciones que representa a los usuarios.
5) Reglamento de la CAV	A. Los administrativos conocen el reglamento de la CAV (Algunas veces). B. El reglamento necesita ser actualizado, pero es un proceso complejo (Pocas veces).	A. Los usuarios no conocen el reglamento (Algunas veces). B. Hay usuarios que sí conocen el reglamento de la CAV (Pocas veces).			Las autoridades de la CAV algunas veces mencionaron la existencia del reglamento, como pocas veces mencionaron si este se encuentra en alguna actualización. Para algunos usuarios si hay conocimiento respecto al reglamento, y son pocos los que carecen de esta información. Se puede observar que por parte de

					los usuarios existe carencia de información respecto del reglamento, esto genera un mal desarrollo en las operaciones de las actividades de la CAV.
6) Funciones establecidas para la Administración de la CAV	<p>A. Administrar los recursos con que cuenta la CAV (Siempre).</p> <p>B. Ofrecer servicios de arrendamiento a usuarios (Algunas veces).</p>	<p>A. Los usuarios no conocen las funciones que les corresponden (Algunas veces).</p> <p>B. Venta de productos al mayoreo (Algunas veces).</p> <p>C. Mantener las áreas limpias es una de las funciones de los usuarios (Algunas veces).</p>			<p>Todas las autoridades siempre estuvieron de acuerdo en que una de sus principales funciones es administrar los recursos de la CAV y algunas veces consideraron el arrendamiento como parte de estos servicios. Por su parte, los usuarios algunas veces manifestaron no conocer sus funciones y, en algunas veces mencionaron que una de sus funciones esta la venta de productos al mayoreo y mantener sus áreas de trabajo limpias.</p>

<p>7) Medio de comunicación entre autoridades y usuarios</p>	<p>A. Atención personal entre usuarios y autoridad (Pocas veces). B. Se realizan reuniones cada determinado tiempo y según la necesidad del usuario (Pocas veces).</p>	<p>A. Existe comunicación mensual entre autoridades y usuarios (Siempre).</p>		<p>Se observa falta de acercamiento entre usuarios y autoridades de la CAV, pues no hay comunicación. Muchos de los usuarios se quejan del mal seguimiento por parte de la administración de la CAV, pero en realidad todos están fallando, tanto los usuarios como las autoridades. Todo esto es debido a la falta de cultura y compromiso con la CAV.</p>	<p>Las autoridades de la CAV tienen una comunicación muy esporádica con los usuarios, pocas veces se mencionó que existe comunicación, esto sucede solo cuando existen verdaderos problemas, mismos que se tratan de forma individual entre el afectado y la autoridad, y pocas veces se programan reuniones para dar seguimiento a cualquier situación. Por el contrario los usuarios siempre manifestaron que se reúnen una vez por semana.</p>

<p>8) Temas tratados en las reuniones en la CAV</p>	<p>A. Se exponen temas financieros de la CAV (Siempre).</p> <p>B. Se analizan temas sobre cuestiones ilícitas (Algunas Veces).</p> <p>C. Temas relacionados con las obras y mantenimiento de las bodegas (Pocas veces).</p> <p>D. Se analizan temas sobre la seguridad de la CAV (Rara vez).</p>	<p>A. Conocer el protocolo COVID-19 es necesario para la aplicación de las medidas sanitarias (Siempre).</p> <p>B. La modificación a las instalaciones de la CAV es un tema importante (Frecuentemente).</p> <p>C. Es necesario conocer sobre las ventas (Pocas veces).</p> <p>D. La infraestructura es importante para la CAV (Pocas veces).</p> <p>E. La limpieza es otro de los temas tratados en las reuniones (Pocas veces).</p> <p>F. Es necesario contar con seguridad en la CAV (Pocas veces).</p>		<p>No se lleva una programación donde se manifiesten los problemas para que se pueda dar seguimiento y cumplir con lo pactado en cada sesión.</p>	<p>Depende de los temas que traten en una reunión dependerá el éxito que ésta obtendrá. Las autoridades siempre mencionaron el tema de COVID-19 debido a la importancia que esto tiene en la actualidad. Siempre mencionaron el tema de finanzas y algunas veces sobre los temas ilícitos que hace la gente. Es necesario desarrollar estrategias de seguimiento para cada actividad mediante objetivos u otro método. Así mismo, los usuarios siempre demostraron interés por las medidas sobre el COVID-19. Son pocos los que reconocen la labor de las ventas y la limpieza.</p>
---	--	--	--	---	---

<p>9) Principales problemas en la CAV</p>	<p>A. Se carece de la seguridad dentro de la CAV (Algunas veces).</p> <p>B. Infraestructura inadecuada para el buen funcionamiento de la CAV (Pocas veces).</p>	<p>A. Es necesario resolver los problemas de inseguridad en la CAV (Siempre).</p> <p>B. La CAV presenta una infraestructura dañada (Algunas veces).</p> <p>C. Es necesario contar con espacios limpios (Pocas veces).</p> <p>D. Áreas de trabajo en mal estado para los usuarios (Rara vez).</p> <p>E. Exista falta de comunicación entre usuarios (Rara vez).</p>	<p>A. Se necesita distribuir las áreas para mejorar los procesos de trabajo (Siempre).</p> <p>B. La CAV es un lugar con inseguridad y falta de higiene (Siempre).</p>		<p>Las autoridades algunas veces mencionaron la carencia de seguridad, a diferencia de los usuarios que siempre mencionaron este problema, Las autoridades son conscientes de la inseguridad que hay en la CAV, pocas veces mencionaron la mal distribución de la CAV, la falta de higiene y la falta de comunicación entre ellos. Algunas veces los usuarios manifestaron que la infraestructura de la CAV está muy dañada, que de esto se deriva el mal estado de sus espacios. Rara vez hablaron sobre la falta de comunicación entre</p>

		<p>F. Las autoridades necesitan dar seguimiento a los problemas de la CAV (Rara vez).</p> <p>G. Instalaciones eléctricas ineficientes (Rara vez).</p>			<p>usuarios y la falta de seguimiento de las actividades por parte de las autoridades.</p>
10) Captación de clientes	<p>A. Es necesario ofrecer productos de calidad bajo la higiene y la seguridad (Pocas veces).</p> <p>B. Se necesita de una buena difusión para la atracción del cliente (Pocas veces).</p> <p>C. Se necesita manejar buenos precios comparado con los competidores (Rara vez).</p>				<p>Para las autoridades de la CAV es importante satisfacer las necesidades del cliente. Por eso recomiendan ofrecer productos de buena calidad y, sobre todo, mejorar la difusión, precios competitivos y la calidad de los productos.</p>
11) Rentabilidad de la CAV	<p>A. La rentabilidad de la CAV se mantiene estable (Siempre).</p>	<p>A. Las ventas se encuentran estables (Algunas veces).</p> <p>B. Las ventas han estado decayendo en</p>		<p>Las autoridades de este nuevo sexenio traen consigo nuevos escenarios en el que CAV será la beneficiada al</p>	<p>Los usuarios y las autoridades están de acuerdo en que la rentabilidad de la CAV está estable, como siempre se ha manifestado. Sin embargo</p>

		<p>los últimos años (Pocas veces).</p> <p>C. Hubo una disminución de las ventas ante Covid-19 (Rara vez).</p>		<p>incrementar la productividad en sus actividades mediante la aplicación de estrategias para mejorar las condiciones y el buen funcionamiento de la CAV. Por lo que se observó, que las autoridades están en la mejor disposición para generar cambios que beneficien a la CAV.</p>	<p>para algunos usuarios en los últimos años si está disminuyendo sus ventas y necesitan aplicar estrategias para generar crecimiento y por ende mayor rentabilidad, sobre todo ante la pandemia COVID-19.</p>
<p>12) Estrategias para el buen funcionamiento de la CAV</p>	<p>A. Es necesario establecer comunicación entre usuarios (Algunas veces).</p>	<p>A. Las promociones y ofertas forman parte de las estrategias de algunos bodegueros (Algunas veces).</p>	<p>A Es necesario brindar una buena atención al cliente (Algunas veces)</p> <p>B. Es necesario mejorar el servicio</p>	<p>Existe falta de comunicación entre las autoridades y los usuarios de la CAV bastante</p>	<p>Las autoridades y los usuarios de la CAV necesitan fortalecer sus estrategias para atraer a los clientes, algunas veces hacen que ellos creen un</p>

	<p>B. Se necesita mejorar la infraestructura de la CAV (Algunas veces).</p> <p>C. Se necesita implementar el servicio a domicilio (Rara vez).</p>	<p>B. Es necesario mejorar la atención del cliente (Pocas veces).</p> <p>C. Se carece de estrategias para incrementar las ventas (Pocas veces).</p> <p>D. Faltan estrategias para vender al menudeo (Rara vez).</p>	<p>del cliente para poder atraerlo (Pocas veces).</p> <p>C. El precio es fundamental en la decisión de compra (Rara vez).</p> <p>D. Es necesario contar con variedad en productos (Rara vez).</p>	<p>fuerte, deben colaborar en conjunto para planificar estrategias que permitan el crecimiento de la CAV.</p>	<p>sentido de fidelidad a través del buen trato, productos de calidad, y buenos precios para los clientes. Para las autoridades el servicio a domicilio podría ser una alternativa de crecimiento para los usuarios, pero los usuarios rara vez mencionaron la planificación de nuevas estrategias.</p>
13) Planes de crecimiento a corto plazo	A. Plan de recuperación de bodegas (Siempre).			<p>Sin embargo, se puede observar bodegas que aún no están en uso, tal vez sea por la falta de mantenimiento, sería oportuno reactivarlas todas para generar mayores ingresos.</p>	<p>La autoridad siempre mencionó que el hecho de recuperar bodegas que habían sido apoderadas por los mismos usuarios, ha sido de gran beneficio ya que se rehabilitaron y se dieron en renta para generar más ingresos para el mantenimiento de la CAV.</p>
14) Cambios en la infraestructura de la CAV	A. Las modificaciones que se han realizado a la infraestructura son menores (Siempre).	A. El área de descarga es ineficiente para el buen funcionamiento de las actividades de	A. Se necesita distribuir las áreas para mejorar los procesos de trabajo (Siempre).	<p>La CAV tiene una apariencia no muy agradable, pues fácilmente se puede notar la falta de mejoras en las</p>	<p>En realidad, las autoridades siempre mencionaron que no se han hecho grandes modificaciones a la CAV, solo se han reparado banquetas y bardas, pero</p>

		<p>la CAV (Algunas veces).</p> <p>B. El espacio está mal distribuido (Pocas veces).</p>		<p>instalaciones. El problema no solo viene de parte de la autoridad, si no de cada usuario al no mantener sus áreas en buenas condiciones.</p>	<p>es parte de las modificaciones que se pretenden mejorar a futuro en las instalaciones de la CAV. Por su parte los usuarios algunas veces manifestaron que el área de descarga es ineficiente para llevar a cabo el buen funcionamiento de las actividades de la CAV. También consideran que deberían distribuirse los espacios de descarga para facilitar las actividades.</p>
<p>15) Proyecciones a futuro para la CAV</p>	<p>A. Es necesario la modernización de la infraestructura en la CAV (Siempre).</p>			<p>Otro tema que debe ser atendido como una proyección a futuro y que no ha sido mencionado es la colocación de contenedores de productos perecederos vencidos o que</p>	<p>La CAV necesita una modernización que incluya una mejor distribución de las áreas, atraer más clientes y generar mayor rentabilidad, es algo que siempre esta considera tanto en los usuarios como con las autoridades, para ellos todos estos aspectos</p>

				están en descomposición. Sería bueno generar alguna estrategia para reutilizarlo.	generan mala imagen para la CAV.
16) Comentarios generales	<p>A. Es necesario realizar cambios que permitan una mayor rentabilidad para la CAV (Siempre).</p> <p>B. Es necesario proponer estrategias que generen crecimiento (Siempre).</p> <p>C. Es necesario mejorar la seguridad e higiene de la CAV (Algunas veces).</p>	<p>A. Es necesario atender los problemas de comunicación (Siempre).</p> <p>B. La inseguridad es un problema latente en la CAV (Siempre).</p> <p>C. Es necesario mejorar la infraestructura de la CAV (Siempre).</p> <p>D. Se necesita establecer comunicación entre todos los involucrados de la CAV (Siempre).</p>	<p>A. Es una ventaja ser el único lugar con variedad de productos al mayoreo (Siempre).</p> <p>B. La atención del cliente es importante (Frecuentemente).</p> <p>C. Es necesario mantener las áreas en buenas condiciones de seguridad e higiene (Frecuentemente).</p> <p>D. Es necesario mejorar la infraestructura de la</p>	<p>La cultura es un tema no identificado por parte de los usuarios y autoridades, puede ser por falta de conocimiento u algún otro factor.</p>	<p>Las autoridades siempre mencionaron el utilizar estrategias que permitan resolver los problemas de la CAV y que deben ser atendidos bajo una programación, donde se pueda dar seguimiento para cumplir con los objetivos planteados para aumentar su la seguridad, higiene y crecimiento. Las autoridades, usuarios y clientes siempre mencionaron que ser un único lugar de mayoreo genera ventaja, y siempre mencionaron que deben crear comunicación para el trabajo en conjunto.</p>

			CAV (Frecuentemente).		
--	--	--	--------------------------	--	--

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto. El caso de la central de abasto de Villahermosa.

Apéndice D. Carta juicio de expertos para las guías de entrevista



Mérida, Yucatlán, julio 7 de 2020

Mtro. Francisco Javier Cerino Madrigal

Asunto: Revisión de guías de entrevista por juicio de expertos

Presente

En referencia a las guías de entrevista para autoridades, usuarios y clientes de la Central de Abasto de Villahermosa (CAV), Tabasco, que tienen por objetivo indagar sobre los principales problemas que afectan a dicha organización y que me fueron remitidas por usted como parte de la tesis del programa de Doctorado en estudios Económico Administrativos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, le informo lo siguiente: las guías son adecuadas en cuanto a que las preguntas representan los conceptos a medir, son pertinentes, claras y muestran coherencia con los objetivos de la investigación, por lo que apruebo su uso.

Sin más por el momento, me despido con un cordial saludo.

Atentamente

Dr. Francisco Gerardo Barroso Tamola
Profesor Investigador
División de Negocios



Villahermosa, Tabasco a 8 de julio de 2020

At'n
C. Francisco Javier Cerino Madrigal
Asunto: Revisión de Entrevistas por juicio de expertos

En referencia a las entrevistas que tienen por objetivo indagar sobre los principales problemas que afectan a la central de abasto de Villahermosa, Tabasco, remitido por usted como parte de la tesis del programa de Doctorado en estudios Económico Administrativos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, le informo lo siguiente: Las entrevistas son adecuadas, las preguntas semiestructuradas representan debidamente los conceptos a medir y son pertinentes, a la vez que adecuados.

El análisis se realizó para determinar la validación de contenido de cada uno de los ítems en términos de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, para ser aplicados a la investigación.

Sin más por el momento, me despido con un cordial saludo.

Atentamente



Dra. Gilda María Bertolini Díaz

Villahermosa, Tabasco a 8 de julio de 2020

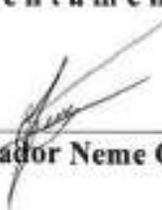
At'n
C. Francisco Javier Cerino Madrigal
Asunto: Revisión de Entrevistas por juicio de expertos

En referencia a las entrevistas que tiene por objetivo indagar sobre los principales problemas que afectan a la central de abasto de Villahermosa, Tabasco, remitido por usted como parte de la tesis del programa de Doctorado en estudios Económico Administrativos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, le informo lo siguiente: Las entrevistas son adecuadas, las preguntas semiestructuradas representan debidamente los conceptos a medir y son pertinentes, a la vez que adecuados.

Se hizo envío de algunas sugerencias de preguntas y complementos para otras, las cuales considero fueron tomadas por el estudiante, con la finalidad de obtener la información necesaria sobre el objeto de estudio (Central de Abastos Villahermosa).

Sin más por el momento, me despido con un cordial saludo.

A t e n t a m e n t e



Dr. Salvador Neme Calacich

Apéndice E. Cuestionarios para usuarios (tianguistas y bodegueros) y clientes

Cuestionario para usuarios de la Central de Abastos de Villahermosa (CAV)

Instructivo

Este es un cuestionario diseñado para conocer las fortalezas y debilidades de la CAV. Le agradeceremos que lea cuidadosamente las siguientes preguntas y conteste lo que usted considere que refleja mayor importancia para su buen funcionamiento. Elija una sola opción marcando con una (X) según el grado de acuerdo con respecto a lo que se pregunta, conforme a la siguiente escala: 5 = Totalmente de acuerdo (TA), 4 = De acuerdo (A), 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo (ND), 2 = En desacuerdo (D) y 1 = Totalmente en desacuerdo (TD).

Favor de responder todas las preguntas

Fecha:

--	--	--	--	--

Sexo: F M

Edad: _____

Frecuencia con que llegan los proveedores:

Una vez por semana De dos a tres veces Más de tres veces

¿Qué es lo que más consumen sus clientes?

¿Qué tan de acuerdo se encuentra con lo siguiente?

Dimensión: Servicios de la CAV

Ítems	TD	D	ND	A	TA
1. Los servicios brindados para el funcionamiento de la CAV.	1	2	3	4	5
2. Los servicios que recibo justifican lo que pago por ellos	1	2	3	4	5
3. La seguridad que ofrece la CAV.	1	2	3	4	5

Dimensión: Manejo administrativo

Ítems	TD	D	ND	A	TA
4. Tengo claro quién me representa dentro de la CAV.	1	2	3	4	5
5. Conozco las funciones que han sido establecidas en el reglamento para los usuarios de la CAV.	1	2	3	4	5
6. Cuento con lo necesario para hacer mi trabajo en la CAV.	1	2	3	4	5
7. La venta al mayoreo es una de nuestras principales actividades dentro de las funciones que tenemos en la CAV.	1	2	3	4	5
8. Considero que mantener limpia el área de trabajo depende de cada uno de nosotros como usuarios.	1	2	3	4	5

Dimensión: Servicio al cliente

Ítems	TD	D	ND	A	TA
9. El servicio a domicilio aumentaría la satisfacción de nuestros clientes.					
10. Es necesario aplicar estrategias de publicidad para la difusión de los productos que oferta la CAV.	1	2	3	4	5
11. Los precios que se manejan en la CAV son competitivos en el mercado	1	2	3	4	5
12. Ante la pandemia COVID-19, se han aplicado medidas de seguridad para generar un buen servicio.					

Dimensión: Infraestructura

Ítems	TD	D	ND	A	TA
13. El área de descarga	1	2	3	4	5
14. La distribución de las áreas para los procesos de trabajos	1	2	3	4	5
15. Es necesario aprovechar los espacios que actualmente están sin uso.	1	2	3	4	5
16. La infraestructura general de la CAV.	1	2	3	4	5

Comentarios generales

¡Muchas gracias!

Cuestionario para clientes de la Central de Abastos de Villahermosa (CAV)

Instructivo

Instructivo

Este es un cuestionario diseñado para conocer las fortalezas y debilidades de la CAV. Le agradeceremos que lea cuidadosamente las siguientes preguntas y conteste lo que usted considere que refleja su grado de acuerdo con lo que se le pregunta. Elija una sola opción marcando con una (X) según lo que usted considere, conforme en la siguiente escala:

5 = Totalmente de acuerdo (TA)

4 = De acuerdo (A)

3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo (ND)

2 = En desacuerdo (D)

1 = Totalmente en desacuerdo (TD)

Favor de responder todas las preguntas

Fecha:

--	--	--	--	--

Sexo: F M

Edad: _____

Lugar de residencia: _____

Frecuencia con la que compra en la CAV:

Una vez por semana De dos a tres veces Más de tres veces

¿Qué productos es lo que viene a comprar en general?

¿Qué tan de acuerdo se encuentra con los siguientes enunciados?

Dimensión: Servicios de la CAV

Ítems	TD	D	ND	A	TA
1. La calidad de los servicios que ofrece la CAV	1	2	3	4	5
2. La variedad de los productos de abarrotes	1	2	3	4	5
3. La seguridad que nos brinda como usuarios las autoridades de la CAV.	1	2	3	4	5

Dimensión: Servicio al cliente

Ítems	TD	D	ND	A	TA
4. La atención que recibo por parte de los vendedores.	1	2	3	4	5
5. Estoy de acuerdo en volver a comprar en la CAV.	1	2	3	4	5
6. Recomendaría a otras personas comprar en la CAV.	1	2	3	4	5

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto. El caso de la central de abasto de Villahermosa.

160

7. Considero necesaria la implementación del servicio a domicilio.	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Dimensión: Infraestructura

Ítems	TD	D	ND	A	TA
8. Las condiciones de las instalaciones de la CAV.	1	2	3	4	5
9. El estacionamiento de la CAV.	1	2	3	4	5
10. La distribución de las áreas	1	2	3	4	5

Comentarios generales

¡Muchas gracias!

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto. El caso de la central de abasto de Villahermosa.

Validación por juicio de expertos

Dimensión	Ítems	Suficiencia	Coherencia	Relevancia	Claridad	Total
Servicios de la CAV	La calidad de los servicios que ofrece la CAV	2.75	3.00	3.13	3.25	12.13
	La variedad de los productos de abarrotes	2.75	3.00	2.50	2.63	10.88
	La calidad de frutas y verduras	3.38	3.00	3.13	3.25	12.76
	La limpieza de la CAV	3.38	3.00	3.13	2.63	12.14
	La seguridad que nos brinda como usuarios las autoridades de la CAV	2.75	3.00	3.13	3.25	12.13
Servicio al cliente	La atención que recibo por parte de los vendedores	2.75	2.50	2.50	2.13	9.88
	Estoy de acuerdo en volver a comprar en la CAV	2.25	2.50	2.50	2.63	9.88
	Recomendaría a otras personas comprar en la CAV	2.75	2.50	2.50	2.63	10.38
	Considero necesaria la implementación del servicio a domicilio	2.25	2.50	2.50	2.63	9.88
Infraestructura	Las condiciones de las instalaciones de la CAV.	2.75	2.75	2.88	2.50	10.88
	El estacionamiento de la CAV	2.25	2.25	2.38	2.50	9.38
	La apariencia general de la CA	2.75	2.25	2.38	2.50	9.88
	La distribución de las áreas	2.25	2.75	2.38	2.50	9.88

Nota: Datos obtenidos mediante el Coeficiente de concordancia de Kendall a través del análisis estadístico SPSS.

Apéndice F. Instrumento de validación de un Modelo de Gestión para Centrales de abasto mediante juicio de expertos

Validación de un Modelo de Gestión para Centrales de abasto

Respetable Juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el Modelo de Gestión que esta parte de la propuesta para la investigación que estoy realizando para el mejoramiento organizacional de las centrales de abasto. La evaluación y validación son de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados sean utilizados eficientemente tanto aportando al área de investigación como en sus aplicaciones. Agradezco su valiosa cooperación ante dicha evaluación.

El objetivo es evaluar el modelo de gestión propuesto, para validar el impacto, la pertinencia, la factibilidad, la congruencia, la claridad, la eficiencia y eficacia y la relevancia del mismo.

Nombre completo	
Formación académica	
Áreas de experiencia profesional	
Cargo actual	
Institución educativa	

Para dar respuesta a la evaluación del modelo propuesto en esta investigación se procede a la valoración de una escala tipo Likert donde: 1 = inaceptable, 2 = deficiente, 3 = regular, 4= Bueno y 5 = excelente, para ser evaluados en función del impacto, la pertinencia, la factibilidad, la congruencia, la claridad, la eficiencia y eficacia y la relevancia.

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto. El caso de la central de abasto de Villahermosa.

Dimensión	Concepto	Implementación y herramientas	Mediciones	Categorías	Evaluación					Observaciones	
		sugeridas			1 2 3 4 5						
Productividad	<p>Permite medir la producción de la empresa a partir de los recursos empleados para ello, su objetivo es optimizar los recursos utilizados y obtener mejores resultados. Permite saber si somos eficientes en nuestro desempeñamos o es necesario ajustar los procesos que se realiza, mejorarlos o adaptarlos para crecer y tener una eficiencia máxima.</p>	<p>Capacitación del personal. Es necesario que los colaboradores adquieran nuevas habilidades y conocimientos para eficientar sus actividades.</p> <p>Invertir en maquinaria y equipos. Esto permitirá aumentar la productividad organizacional al tener un proceso más rápido, eficiente y rentable.</p> <p>Flexibilidad. La pandemia impacto en el mundo laboral y detono mayores flexibilidades a los trabajadores en el desarrollo de sus actividades, que permiten el incremento en la productividad.</p> <p>Automatización. Es necesario el uso de herramientas digitales que permitan realizar las tareas de manera más rápida y eficiente, para ahorrar tiempo y agilizar procesos.</p>	<p>Planear - Diagnóstico - Fortalezas y debilidades - Impacto organizacional</p>	Impacto							
				Pertinencia							
				Factibilidad							
				Congruencia							
				Claridad							
				Eficiencia							
				Eficacia							
				Relevancia							

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto. El caso de la central de abasto de Villahermosa.

Dimensión	Concepto	Implementación y herramientas	Mediciones	Categorías	Evaluación					Observaciones
		sugeridas			1	2	3	4	5	
Satisfacción del cliente	La satisfacción del cliente es el método de medición respecto a la respuesta del consumidor derivado a un servicio o producto. Las conclusiones son referentes para mejorar el servicio que se les ofrece y también para conocer las necesidades del mismo.	Encuesta de satisfacción del cliente CSAT Es un método que permite medir la satisfacción del cliente, la encuesta CSAT pide a los clientes que califiquen su satisfacción directamente en una escala. Nota: El mejor momento para enviar una encuesta es después de una fase específica en la experiencia del cliente.	Hacer - Diseño y desarrollo - Planeación estratégica - Crecimiento - Satisfacción	Impacto						
				Pertinencia						
				Factibilidad						
				Congruencia						
				Claridad						
				Eficiencia						
				Eficacia						
				Relevancia						

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto. El caso de la central de abasto de Villahermosa.

Dimensión	Concepto	Implementación y herramientas	Mediciones	Categorías	Evaluación					Observaciones
		sugeridas			1 2 3 4 5					
Rentabilidad	La rentabilidad de una empresa es la capacidad que tiene una organización para obtener ganancias. Este índice mide la relación de la utilidad o ganancia obtenida y la inversión realizada para conseguirla.	Administra los gastos. Optimizar la producción y el inventario. Comprar más eficazmente. Elevar la calidad de tu producto. Ampliar la variedad de productos o servicios ofrecidos. Expandir el mercado. Aumentar la productividad.	Verificar – Validez -Análisis de funcionalidad -Correcciones -Verificación	Impacto						
				Pertinencia						
				Factibilidad						
				Congruencia						
				Claridad						
				Eficiencia						
				Eficacia						
				Relevancia						

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto. El caso de la central de abasto de Villahermosa.

Ver apéndice G. Validación de modelo por juicio de expertos

Modelo de gestión para el mejoramiento del desempeño organizacional de centrales de abasto. El caso de la central de abasto de Villahermosa.

168

1 = inaceptable, 2 = deficiente, 3 = regular, 4= Bueno y 5 = excelente

Ítems	Categorías	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Sx1	Mx	CVC _i	Pei	CVC _t
1. Productividad	Impacto	5	5	5					
	Pertinencia	5	5	4					
	Congruencia	5	4	5					
	Claridad	5	4	4					
	Eficiencia y eficacia	5	5	5					
	Relevancia	5	5	5					
	Total		30	28	28	86	2.87	0.96	0.037
2. Satisfacción del cliente	Impacto	5	4	5					
	Pertinencia	5	5	5					
	Congruencia	5	5	5					
	Claridad	5	5	4					
	Eficiencia y eficacia	5	5	5					
	Relevancia	5	5	5					
	Total		30	29	29	88	2.93	0.98	0.037
3. Rentabilidad	Impacto	5	5	5					
	Pertinencia	5	5	4					
	Congruencia	5	5	5					
	Claridad	5	5	4					
	Eficiencia y eficacia	5	5	4					
	Relevancia	5	5	5					
	Total		30	30	27	87	2.90	0.97	0.037

Nota: Elaboración propia con base en el Coeficiente de Validez de Contenido (Hernández-Nieto, 2002)

