



# PERSPECTIVAS CIENTÍFICAS

## GLOBALIZACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

José Ramón Vidal Suárez  
Coordinador



UNIVERSIDAD JUÁREZ  
AUTÓNOMA DE TABASCO

“ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE”

SEMANA DE DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN CIENTÍFICA 2019

**Perspectivas científicas**  
***Globalización y responsabilidad social***

**C O L E C C I Ó N**  
**MANUEL A. PÉREZ SOLÍS**  
*Administración, contabilidad y mercadotecnia*

Guillermo Narváez Osorio  
**Rector**

Luis Manuel Hernández Govea  
**División Académica de Ciencias Económico Administrativas**

# **Perspectivas científicas**

## ***Globalización y responsabilidad social***

**Coordinador**

José Ramón Vidal Suárez



**UNIVERSIDAD JUÁREZ  
AUTÓNOMA DE TABASCO**

“ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE”

Primera edición, 2021

© Universidad Juárez Autónoma de Tabasco  
[www.ujat.mx](http://www.ujat.mx)

ISBN: 978-607-606-560-0

Para su publicación esta obra ha sido dictaminada por el sistema académico de pares ciegos. Los juicios expresados son responsabilidad del autor o autores y fue aprobada para su publicación.

Queda prohibida la reproducción parcial o total del contenido de la presente obra, sin contar previamente con la autorización expresa y por escrito del titular, en términos de la Ley Federal de Derechos de Autor.

Foto de portada: Secretaría de Relaciones Públicas de la UJAT.

Hecho en Villahermosa, Tabasco, México

El presente volumen recoge los artículos correspondientes a proyectos e investigaciones científicas presentadas por profesores investigadores y alumnos destacados de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas durante la Semana de Difusión y Divulgación Científica de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

# ÍNDICE

LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE TABASCO DESDE LA ÓPTICA DEL TURISTA	9
EL IMPACTO DEL TURISMO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE TABASCO	16
ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO DE LA CADENA DE TIENDAS SUBURBIA	25
EL PETRÓLEO EN TABASCO, COHESIÓN SOCIAL Y DETRIMENTO SOCIOECONÓMICO 2014-2016, LA GOBERNANZA ENERGÉTICA COMO ALTERNATIVA DE INCLUSIÓN SOCIAL	38
RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COCA-COLA	51
LA PERTINENCIA DE LA OFERTA EDUCATIVA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS EN TABASCO	67
LA ALTERNANCIA EN TABASCO: ELECCIONES 2012-2018	79
FOMENTO DEL CAPITAL SOCIAL COMO ALTERNATIVA AL DESEMPLEO. ESTUDIO DE OPINIÓN UNIVERSITARIA	88
LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA EN LAS WEBS INSTITUCIONALES EN MÉXICO. CASO: ZONA SUR-SURESTE	104
GÉNERO Y FAMILIA EN LA ELECCIÓN DE ESTUDIOS UNIVERSITARIOS EN CIENCIAS, TECNOLOGÍA, INGENIERÍA Y MATEMÁTICAS	118
PROPUESTA DE LA CADENA DE VALOR PARA LA APICULTURA	128

<b>CADENA DE VALOR, UNA EFICAZ ESTRATEGIA DE MARKETING EN LAS MIPYMES QUE ELABORAN PANETELAS EN LA ZONA RÍOS DEL ESTADO DE TABASCO</b>	<b>144</b>
<b>ANÁLISIS DE LOS INDICADORES EN EL ÁREA DE CONTRALORÍA DEL HOTEL MISIÓN PALENQUE</b>	<b>159</b>
<b>MOBBING EN EL PERSONAL DE ENFERMERÍA DEL C.E.S.S.A. DR. MAXIMILIANO DORANTES</b>	<b>171</b>
<b>GESTIÓN MUNICIPAL DE RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS: UN CASO DE PODER, NEGOCIACIÓN Y TOMA DE DECISIONES EN CENTRO, TABASCO</b>	<b>185</b>
<b>LA PAZ COMO CONDICIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DEL DESARROLLO SOSTENIBLE DE MÉXICO</b>	<b>198</b>

# LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE TABASCO DESDE LA ÓPTICA DEL TURISTA

Andrés Guzmán Sala<sup>1</sup>  
María Natividad Alfaro de la Cruz<sup>2</sup>  
Vanesa Jesús Magaña<sup>3</sup>

## RESUMEN

Estudio de los atractivos turísticos desde la percepción de los turistas en el estado de Tabasco. El objetivo de esta investigación consiste en evaluar los atractivos del estado de Tabasco. Se consideraron las variables atractividad, infraestructura, servicios y promoción. Investigación de corte cuantitativo, descriptivo y transversal donde se utilizó un cuestionario como instrumento de medición con preguntas de escala tipo Likert. Se realizó un muestreo por conveniencia, se encuestaron un total de 160 turistas. Los datos obtenidos muestran que el 56.3 % de los turistas tienen una percepción muy favorable sobre los atractivos de Tabasco como destino. El 49.4 % menciona que los servicios son favorables y de igual manera el 54.4 % menciona que la infraestructura es favorable. La promoción fue la variable sobre la cual los turistas obtuvieron una percepción desfavorable con un 27.50 % respectivamente.

**PALABRAS CLAVE:** Atractivos turísticos, Percepción del Turista, Atractivos Turísticos de Tabasco.

---

<sup>1</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. andresguz18@hotmail.com

<sup>2</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

<sup>3</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

## INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades económicas más importantes del mundo y del país, gracias a los beneficios socioeconómicos que produce en los destinos participantes del sector turístico (World Tourism Organization [UNWTO], 2017). Un destino turístico es un espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, recursos naturales, cultura, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación. En este contexto, la DMO del destino elabora productos turísticos perfectamente estructurados capaces de satisfacer las necesidades y deseos de los turistas basados principalmente en las atracciones (Crouch y Ritchie, 1999).

Los turistas eligen los destinos en función de sus gustos y preferencias que conlleva a diferentes actividades. Estas actividades son principalmente el conocer otras culturas y la apreciación de la belleza escénica, el goce del contacto con la naturaleza que brindan múltiples destinos. Lo que significa que cada destino posee su propia atraktividad basada en su riqueza natural o bien cultural evidenciada en atracciones turísticas (McDowall y Ma, 2010).

Las atracciones turísticas son el principal motivador de viaje, por lo tanto, es el elemento principal del sector turístico y del destino. Los autores Guzmán, Mayo y Pérez (2012) definen a los atractivos turísticos como un sitio que presenta características naturales o culturales con un gran valor local o regional de interés para los turistas. En este sentido, Boullón (1985) menciona que los atractivos son la materia prima del turismo. Así mismo, Gunn (1994) denomina a las atracciones como *“the first power of a tourism region”* por el hecho de detonar el turismo como actividad económica que beneficia a una región. Para ello, los atractivos necesitan amenidades como infraestructura, servicios, así como acciones de marketing. De acuerdo con las condiciones de estos elementos será la experiencia que tengan los turistas sobre las atracciones y el destino. No obstante, cabe destacar que los turistas, de acuerdo con su tipología, tendrán una experiencia distinta (Cohen, 1972).

La infraestructura es el conjunto de instalaciones físicas y su función es facilitar la estadía de los turistas en los atractivos. Así, los turistas pueden desplazarse dentro del atractivo y apreciar su significancia sea esta natural o cultural (Guzmán, Mayo y Pérez, 2012). Por otra parte, los servicios facilitan aún más la estadía y apreciación de las atracciones para los turistas mediante recorridos guiados (Lee, 2015). Finalmente, las acciones de marketing son importantes en el momento que los turistas deciden visitar un destino y sus respectivas atracciones (Kim, Hwang y Fesenmeier, 2005). En este sentido, el marketing facilita el consumo de los productos turísticos,

informando a los consumidores turistas a través de los medios de comunicación, además de estrategias de promoción de ventas. De acuerdo con los elementos mencionados, los turistas tendrán una percepción sobre las atracciones, siendo ésta favorable o desfavorable de acuerdo con su experiencia de visita.

La percepción depende en mucho del tipo de turista que visite el destino. Cohen (1972) identifica cuatro tipos de turistas a saber: de masas organizado, de masas individual, explorador, y errante. El turista de masas organizado e individual adquiere los productos turísticos con tour operadoras en forma de paquetes y suelen pasar su tiempo en grandes complejos turísticos. La diferencia entre estos tipos de turistas es el tiempo y el viaje en grupos y de manera individual. Por su parte, el turista explorador lo que busca es visitar los destinos menos desarrollados, y de esta manera estar en contacto con la cultura local y la naturaleza. Finalmente, el turista errante se adentra en la cultura local, con el propósito de ser temporalmente un miembro de la comunidad. De acuerdo con los tipos de turistas que visiten el destino, será los beneficios generados, así como la experiencia. Un claro ejemplo sería un turista explorador visitando un destino subdesarrollado, con poca infraestructura turística; la experiencia de éste sería muy satisfactoria y los beneficios económicos y sociales serían pocos. En caso contrario, un turista de masas que visita un destino desarrollado logra tener una experiencia de igual manera satisfactoria, dejando una mayor derrama económica dado que su nivel de gasto es mayor.

## **OBJETIVOS Y METAS**

Analizar los atractivos turísticos de Tabasco desde la percepción de los turistas con el fin de conocer las condiciones en que se encuentran los atractivos como oferta turística. Las metas de esta investigación fueron aportar estrategias de mejora para contribuir el enriquecimiento de la oferta turística de los atractivos de Tabasco.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Investigación de corte cuantitativo, descriptivo y transversal sobre la percepción de las condiciones en las que se encuentran las atracciones turísticas del Estado de Tabasco. Los datos del presente estudio se obtuvieron con una encuesta realizada hacia los turistas. El instrumento empleado fue un cuestionario con preguntas de escala tipo Likert en donde 5= muy favorable y 1= desfavorable. Para tal efecto, se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia siendo en total 160 encuestados.

## RESULTADOS

Los resultados muestran que el 56.3 % de los turistas tienen una percepción favorable sobre los atractivos del Estado de Tabasco. Un 38.1 % tiene una percepción de favorable. Sólo un 5.6 % considera como desfavorable los atractivos de Tabasco.

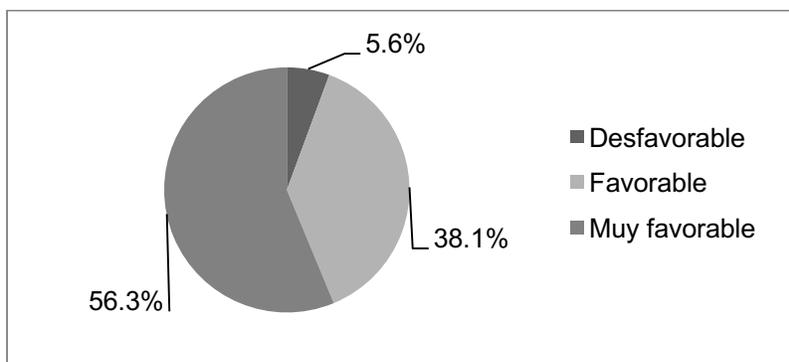


Figura 1. La percepción hacia los atractivos turísticos de Tabasco.  
Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los servicios, el 49.4 % de los turistas mencionan que son favorables, y el 27.5 % consideran que son muy favorables. Un 18.8 % tiene una percepción desfavorable y por último sólo el 4.4 % de los turistas menciona que son muy desfavorables.

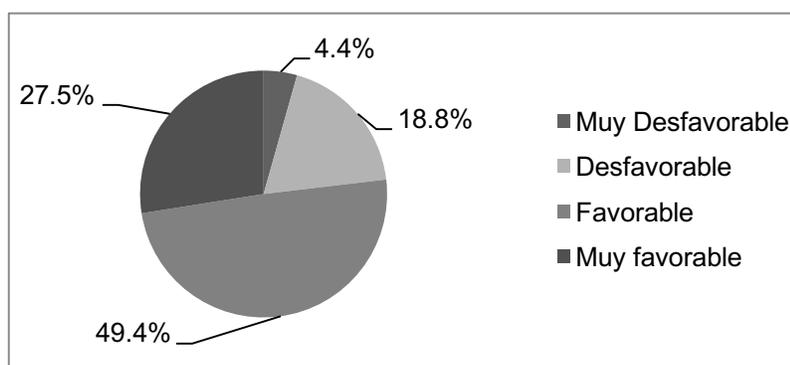


Figura 2. Percepción de los servicios de los atractivos turísticos.  
Fuente: Elaboración propia.

En la infraestructura, el 54.4 % percibe que son favorables, y el 16.3 % muy favorable. El 25 % de los turistas considera que las infraestructuras de las atracciones son regulares, y, por último, con un 4.4 % creen que son desfavorables.

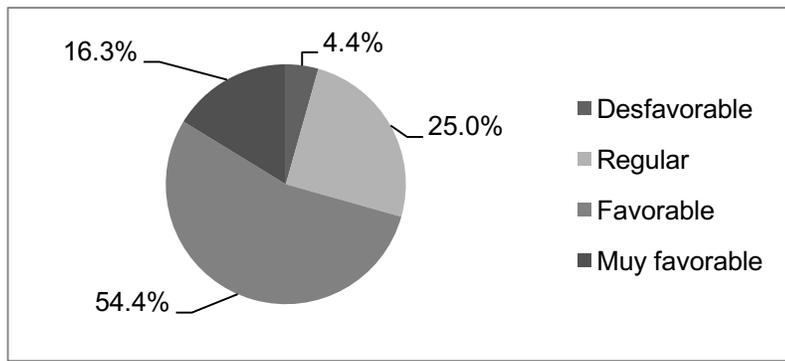


Figura 3. Percepción de las instalaciones de los atractivos turísticos.  
Fuente: Elaboración propia.

Por su parte, en la promoción se identificó que el 55.63 % de los turistas consideran que estas son favorables, un 16.25 % menciona que son muy favorables, el 0.63 % tiene una percepción muy desfavorable y por último, el 27.50 % menciona que son desfavorables.

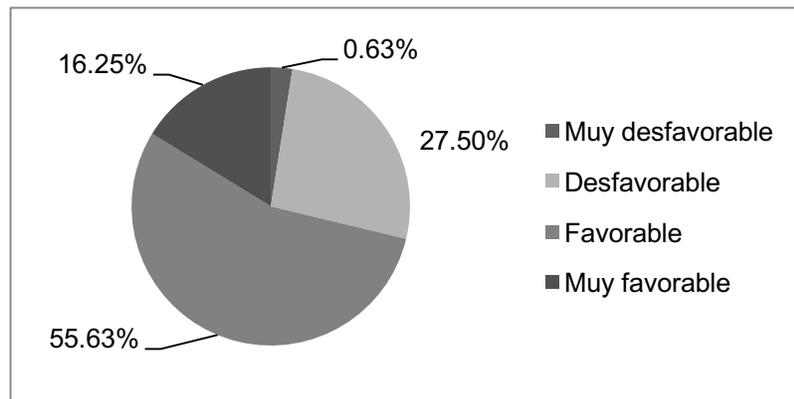


Figura 4. Percepción de la promoción de los atractivos turísticos.  
Fuente: Elaboración propia.

## DISCUSIÓN

La atractividad de los destinos turísticos se constituye de su riqueza natural y cultural, siendo estas atracciones turísticas. Por lo tanto, cada destino posee una atractividad única que es de mucho interés para los turistas de distintos segmentos (McDowall, 2010). Los resultados revelan que el 56.3 % de los turistas consideran los atractivos de Tabasco muy favorables y sólo el 5.6 % menciona que es desfavorable. Las atracciones de los destinos requieren ciertas amenidades para atender a la demanda turística.

La infraestructura tiene como función facilitar la estancia de los turistas en las atracciones ya que el equipamiento permite un desplazamiento cómodo (Guzmán, Mayo y Pérez, 2012). El 54.37 % de los turistas percibe la infraestructura como favorable, y el 4.4 % considera que son desfavorables. Aunado a la infraestructura, los servicios complementan la estancia de los turistas

División Académica de Ciencias Económico Administrativas  
teniendo así una mejor apreciación (Lee, 2015). Los datos muestran que para el 49.4 % de los turistas los servicios son favorables y el 4.4 % menciona que son desfavorables. El otro elemento que las atracciones requieren es el marketing, ya que promociona a los atractivos en el momento que los turistas deciden visitar un destino (Kim, Hwang y Fesenmeier, 2005). El 55.6 % de los turistas considera que la promoción de los atractivos es favorable, y el 27.11 % menciona que son muy desfavorables.

## **CONCLUSIONES**

Los resultados muestran que la percepción de los turistas sobre las atracciones turísticas es positiva. Aunque el sector turístico de Tabasco no está desarrollado completamente, los turistas consideran que su atraktividad como destino turístico es muy favorable. De hecho, la percepción sobre la infraestructura y servicios de igual manera es favorable. Se identifica que los turistas perciben las promociones regulares, es decir, hace falta que el gobierno elabore nuevas estrategias para comunicar las atracciones del estado, con la finalidad de incrementar la afluencia turística y aumentar los ingresos turísticos en este generoso sector. Para tal efecto, es necesario que el gobierno elabore planes estratégicos de marketing y publicidad con la finalidad de crear estrategias acordes las tendencias actuales del mercado turístico. Aunado a esto, es importante que el gobierno considere la rehabilitación y modernización de infraestructura, así como el mejoramiento de los servicios en los atractivos turísticos.

## REFERENCIAS

- Boullón, R. (1985). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1), 164-182.
- Crouch, G. y Ritchie, B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152. DOI: 10.1016/S0148-2963(97)00196-3
- Gunn, C. (1994). *Tourism planning: basics, concepts, cases*. New York: Taylor & Francis.
- Guzmán, A., Mayo, A. y Pérez, B. (2012). *Turismo: enfoque global*. Tabasco: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Kim, D., Hwang, Y. y Fesenmaier, D. (2005). Modeling tourism advertising effectiveness. *Journal of Travel Research*, 44(1), 42-59.
- Lee, C. (2015). Tourist satisfaction with factory tour experience. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 9(3), 261-277. DOI: 10.1108/IJCTHR-02-2015-0005
- McDowall, S. y Ma, E. (2010). An analysis of tourists' evaluation of Bangkok's performance, their satisfaction, and destination loyalty: comparing international versus domestic Thai tourists. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(4), 260-282. DOI: 10.1080/1528008X.2010.504181
- UNWTO. (2017). *UNWTO Tourism highlights*. Madrid, Spain: UNWTO World Tourism Organization. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>

# EL IMPACTO DEL TURISMO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE TABASCO

Andrés Guzmán Sala<sup>1</sup>

Adriana Suárez Oliva<sup>2</sup>

Carolina Acosta Hernández<sup>3</sup>

Erick Darío López Montes de Oca<sup>4</sup>

## RESUMEN

Estudio sobre el impacto del turismo en el desarrollo económico del Estado de Tabasco. El objetivo del presente trabajo es analizar el impacto de la actividad turística en Tabasco. Investigación de corte cuantitativa, descriptiva y retrospectiva con datos estadísticos obtenidos de dependencias gubernamentales. Los resultados revelan que la afluencia turística de Tabasco para generar beneficios socioeconómicos positivos no es suficiente. De hecho, la actividad del turismo solo aporta 1 % al PIB, siendo la actividad petrolera el motor de la economía con una contribución del 33 %. En la dinámica económica de la región sur sureste, de igual manera Tabasco es el destino que menos aporta al PIB con el 1.5 %, por lo tanto, obtiene una muy poca derrama económica. También se identificó que la población ocupada en el sector turístico de Tabasco sólo cuenta con 80,388 empleados, siendo junto con Campeche los destinos con menos puestos de trabajo en el sector del turismo.

**PALABRAS CLAVE:** Economía del turismo, Turismo en Tabasco, Impacto económico del turismo.

---

<sup>1</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. andresguz18@hotmail.com

<sup>2</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

<sup>3</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

<sup>4</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

## INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades económica más importantes del mundo que representa aproximadamente el 10% del PIB mundial (Brida, Monterubbianesi y Zapata, 2011). En hechos, esta actividad ha sido reconocida por los beneficios socioeconómicos que genera en los destinos receptivos. Estos beneficios son la generación de empleos, desarrollo de infraestructura, y el efecto multiplicador que beneficia de manera directa e indirecta a las industrias relacionadas con el sector turístico (Papatheodorou, 1999). De hecho, el efecto multiplicador del turismo es el principal impacto en el destino. El impacto directo se manifiesta por el incremento de las ventas de las empresas turísticas en un periodo determinado. Lo que a su vez hace posible el impacto indirecto, en el momento que las empresas beneficiadas adquieran insumos con otras empresas para elaborar sus productos y servicios, y así seguir atendiendo la demanda de turistas. Por último, se obtiene el impacto inducido, el cual es el gasto que realiza el recurso humano gastan su salario adquiriendo productos y servicios para satisfacer sus necesidades (Brida, Pereyra, Such y Zapata, 2008).

Así, en muchos países, han utilizado al turismo como estrategia de desarrollo económico y social. En este sentido, los destinos más desarrollados han logrado consolidarse gracias al conjunto de estrategias que implementa la dependencia responsable de impulsar el sector turístico (Quintero, 2004).

El órgano gubernamental que tiene por responsabilidad de gestionar el impulso del sector es la Destination Management Organization (DMO), o bien la secretaría o dependencia de turismo en el destino (Dwyer, Mellor, Livaic, Edwards y Kim, 2004). Este organismo mediante la elaboración de políticas públicas otorga un ambiente político favorable que permite que los actores tengan un buen desempeño en sus actividades. Los actores son el gobierno, las empresas, la población residente. Entre estos, la articulación es relevante porque permite la estructuración de los productos turísticos (Guzmán, García, Mayo y Gómez, 2016). En efecto, los destinos desarrollados ofertan productos estructurados, lo que permite la captación de flujos turísticos que se traduce a importantes efectos económicos. No obstante, el turismo como actividad económica, también pueden tener efectos económicos negativos (Rodríguez, 2014).

Crouch y Ritchie (1999) señalan que los efectos económicos negativos son la dependencia al turismo como la única actividad económica, explotación del recurso humano, y la elevación de precios de bienes y servicios de la canasta básica. Esto sucede por la ausencia de políticas públicas ineficaces que no ofrecen la estabilidad política en el destino patrocinador (Gardella y Aguayo, 2002). Los destinos competitivos no sólo experimentan una alta afluencia

turística, sino también una distribución de la riqueza positiva entre el recurso humano empleado en el sector. Para tal efecto, la correcta gobernanza necesita llevarse a cabo sobrepasando la relación entre dependencias gubernamentales considerando así la opinión de los actores para identificar las necesidades reales del sector turístico (Ansell y Gash, 2007). Siendo de esta manera el impulso de iniciativas turísticas en el destino con los respectivos efectos positivos.

## **OBJETIVOS Y METAS**

Analizar el impacto que tiene el sector del turismo en la economía del estado de Tabasco como destino turístico. Esto con la finalidad de identificar las aportaciones económicas de este importante sector, al mostrar evidencias de los beneficios económicos y el impulso que se requiere para lograr un avance significativo del sector.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Investigación de corte cuantitativo, descriptivo y retrospectivo sobre el impacto del turismo en la economía del Estado de Tabasco. Los datos del presente estudio se obtuvieron mediante el análisis de información estadística de las dependencias gubernamentales como la Secretaría de Turismo (SECTUR), Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y la Secretaría de Economía (SE).

## **RESULTADOS**

La economía del Estado de Tabasco se ha caracterizado desde los años 70s por la industria petrolera, que en su momento benefició a la entidad con la generación de empleos con altos salarios y el desarrollo de infraestructura física (Propin y Sánchez, 2001). No obstante, Tabasco tiene importantes recursos que no han sido aprovechados a través de industrias como el turismo y agricultura, siendo sobrevalorada la actividad petrolera. En la industria turística, se puede identificar que desde el año 2003 la afluencia turística ha ido en incremento. El año 2006 muestra un aumento en la ocupación de cuartos, posteriormente en el año 2009 el sector de Tabasco experimentó una caída en la demanda de turistas, que a partir del año 2010 logró aumentar hasta llegar el año 2012. Sin embargo, en el año 2013 la afluencia turística disminuye, hasta llegar al año 2015 permaneciendo hasta el 2016 de manera estable.

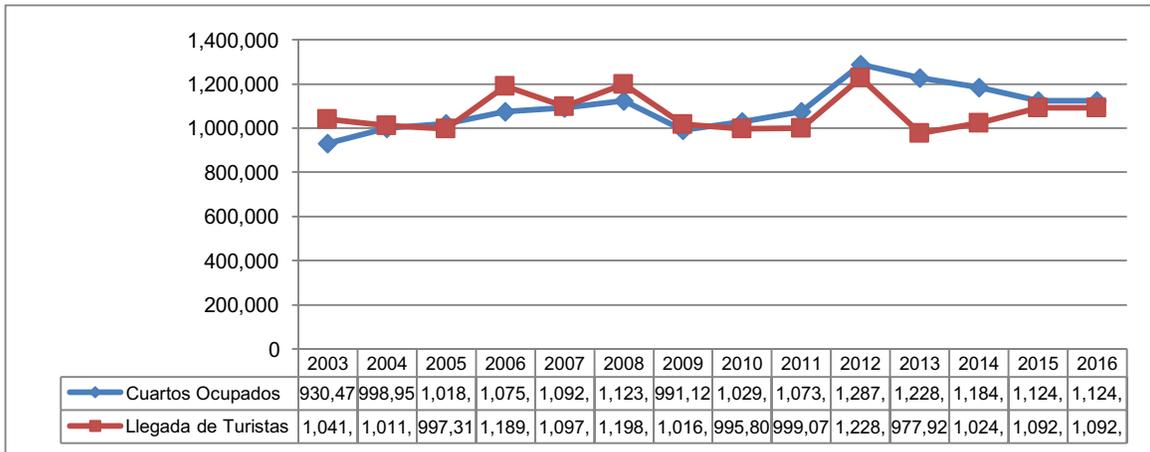


Figura 1. Llegada de turistas y cuartos ocupados del estado de Tabasco.

Fuente: Secretaría de Turismo (2017).

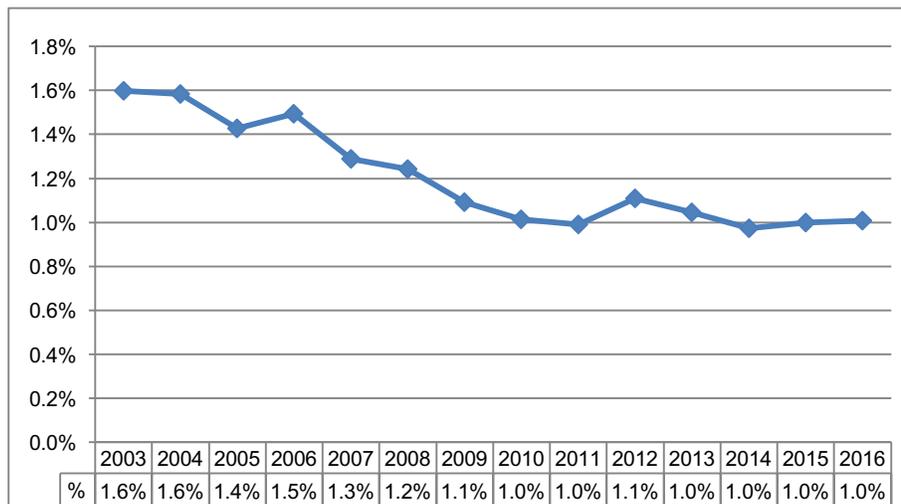


Figura 2. Crecimiento del PIB turístico de Tabasco (Periodo 2003-2016).

La participación del turismo en el PIB de Tabasco muestra que el año 2003 fue el más productivo del sector turístico, con una aportación del 1.6%. Se identifica que el PIB turístico a partir del año 2005, ha enfrentado un reto, y un decremento desde el año 2010 ya que la aportación del PIB solo fue del 1 %.

De acuerdo con los datos estadísticos de la INEGI (2016) las actividades económicas que más aportan al PIB de Tabasco son el petróleo con 33 %, el comercio con 12 %, y los servicios inmobiliarios con un 8 %. Las actividades que aportan menos al PIB son los servicios educativos con 3 %, la agricultura con el 2 %, y el turismo aporta sólo el 1 %.

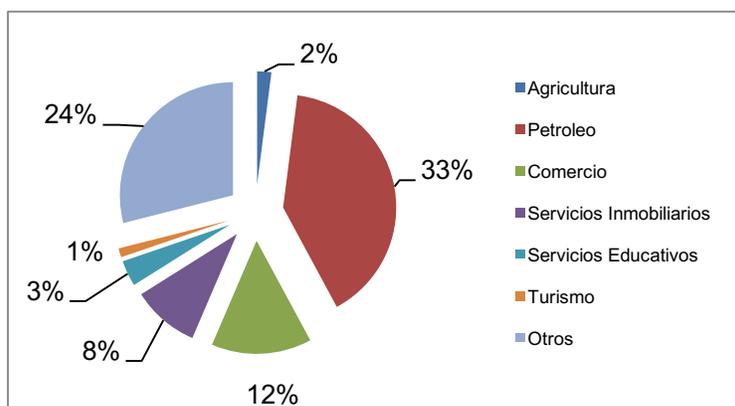


Figura 3. Composición del PIB de Tabasco en el año 2016.  
Fuente: INEGI (2017).

La economía de Tabasco está petrolizada severamente, siendo el turismo una de las actividades económicas que menos aporta al PIB a pesar de que ofrece más beneficios socioeconómicos. En el PIB turístico regional, Quintana Roo es el destino que su sector turístico aporta fuertemente un 26.4 %, Yucatán aporta un 2.8 %, Chiapas un 2.4 %, Tabasco sólo un 1.5 % y Campeche un 1.4 %.

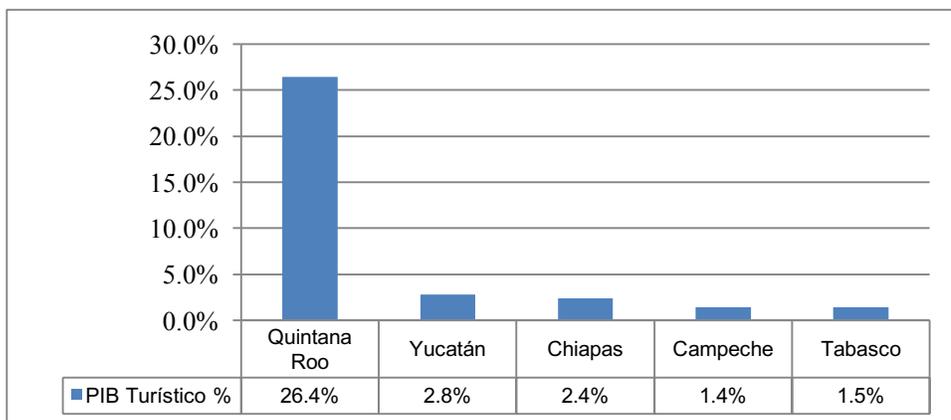


Figura 4. PIB Turístico de los destinos del sureste mexicano en el año 2016.  
Figura elaborada con datos en precios implícitos. Fuente: INEGI (2017).

De acuerdo con la captación de la derrama económica de los destinos pertenecientes a la región sur sureste de México, Quintana Roo lidera con \$11, 483,323 dólares, Yucatán tiene una derrama de \$780,725, Chiapas con \$697,325, Tabasco obtiene una cantidad de \$376,401 y Campeche percibe \$102,137.

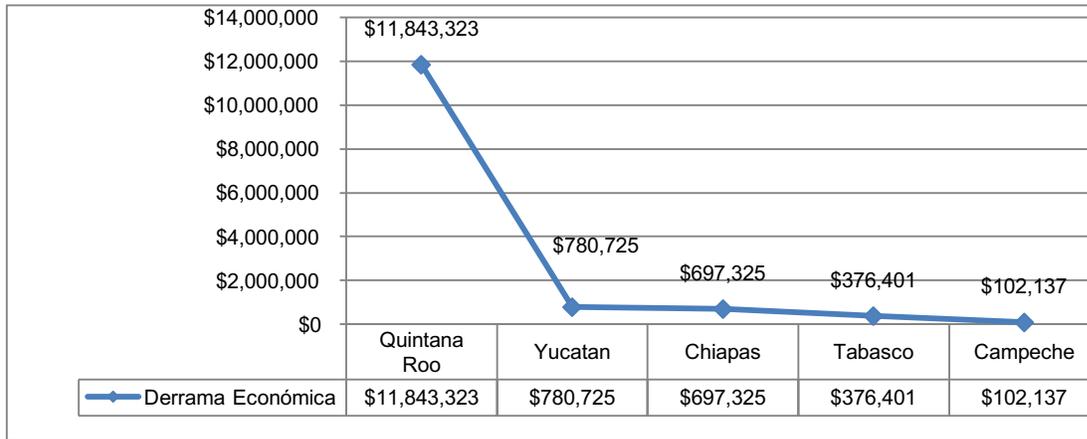


Figura 5. Derrama Económica de los Destinos del Sureste Mexicano en el año 2016. Figura elaborada con datos en dólar estadounidense. Fuente: SECTUR (2017).

Los datos de la población empleada en el sector turístico muestran que Quintana Roo presenta un total de 150,424 empleos, Chiapas 89,043, Yucatán 87,165, Tabasco 80,388 y Campeche 30,621. Siendo Quintana Roo el destino que tiene más personal ocupado en el sector. Por su parte, Tabasco es uno de los destinos que cuenta con menos población ocupada en el sector turístico.

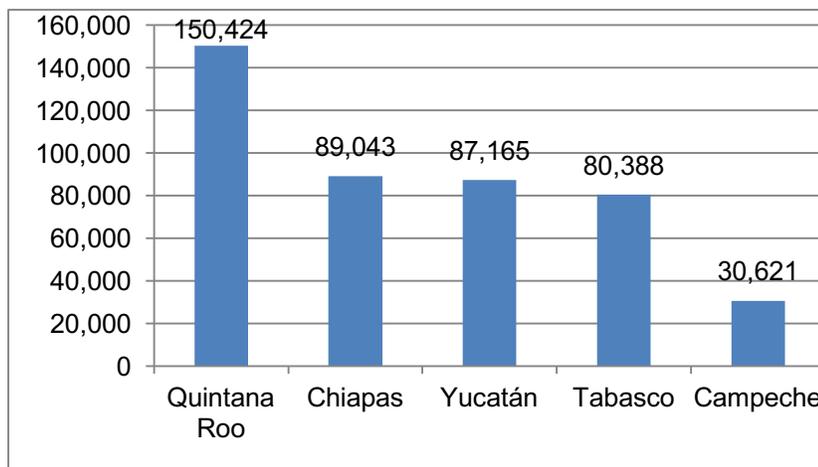


Figura 6. Empleos Generados por el sector turismo de Tabasco en el año 2016.

Fuente: Secretaría de Economía (2016).

## **DISCUSIÓN**

El turismo es una de las industrias más importantes del mundo ya que supera en la aportación del PIB a otras industrias como la actividad petrolera, automotriz y entre otras (Brida, Monterubbianesi y Zapata, 2011). De acuerdo con los datos estadísticos de la INEGI (2017), la actividad petrolera aporta un mayor ingreso al PIB de Tabasco con el 33 %, y en menor medida la actividad turística contribuye con el 1 %. En el PIB turístico regional, Quintana Roo aporta el 26.4 % y Tabasco solo proporciona el 1.5 %. Los destinos que más aportan al PIB son los que obtienen una mayor derrama económica ya que captan importantes flujos turísticos nacionales e internacionales (Papatheodorou, 1999). Los datos demuestran que Quintana Roo obtiene la mayor derrama económica de la región sur sureste específicamente la cantidad de \$11, 843,323 dólares, en menor medida, Tabasco capta una derrama económica de \$376,401. Asimismo, la dinámica económica del turismo genera uno de cada diez puestos de trabajo (Quintero, 2004). En la región sur sureste, se reconoce a Quintana Roo por tener más personal ocupado en el sector turístico con un total de 150,424 empleos. Por su parte, en una menor cantidad, el sector turístico de Tabasco cuenta con 80,388 puestos de trabajo.

## **CONCLUSIONES**

Los resultados del presente trabajo evidencian una poca aportación del sector turístico a la economía del Estado de Tabasco. A pesar de que el turismo es considerado una de las principales actividades económicas en el mundo gracias por sus beneficios de tipo socioeconómicos, el gobierno del Estado de Tabasco no le está apostando al impulso del sector turístico. Los datos estadísticos revelan que la actividad del turismo en lo largo de los años, no ha aportado mucho en la producción turística. A esto, añadiendo que la afluencia turística ha sufrido temporadas negativas principalmente en los años 2003 y 2009. Por su parte, el PIB del turismo en la economía Tabasqueña aporta solo el 1%. En el nivel regional, igual se observa que Tabasco realiza una poca contribución del PIB con un 1.5% respectivamente. Lo que significa que el sector turístico de Tabasco presenta una débil dinámica económica referente a la actividad turística, en comparación de los destinos de sur sureste de México. Para que el Estado de Tabasco obtenga los importantes beneficios de la industria turística, requiere impulsar el sector del turismo mediante la formulación de políticas públicas y programas capaces de establecer un ambiente político favorable para los demás actores del sector.

## REFERENCIAS

- Ansell, C. y Gash, A. (2007). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of Public Administration Research*, 18(4), 543-571. DOI:10.1093/jopart/mum032
- Brida, J., Monterubbianesi, P. y Zapata, S. (2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. *PASOS*, 9(2), 159-291. DOI: 10.25145/j.pasos.2011.09.026
- Brida, J., Pereyra, J., Such, M. y Zapata, S. (2008). La contribución del turismo al crecimiento económico. *Cuadernos de Turismo*, (22), 35-46. Recuperado de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/47931>
- Crouch, G. y Ritchie, B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152. DOI: 10.1016/S0148-2963(97)00196-3
- Dwyer, L., Mellor, R., Livaic, Z., Edwards, D. y Kim, C. (2004). Attributes of destination competitiveness: A factor analysis. *Tourism Analysis*, 9(1-2), 91-101. DOI: 10.3727/1083542041437558
- Gardella, R. y Aguayo, E. (2002). Impacto económico del turismo en el MERCOSUR y Chile (1990-2000). *Estudios Económicos de Desarrollo Internacional*. 2(1), 27-45. Recuperado de <http://www.usc.es/economet/reviews/eedi212.pdf>
- Guzmán, A., García, V., Mayo, A. y Gómez, A. (2016). *El sector del turismo en Tabasco análisis operativo y perspectiva de la oferta y la demanda*. México: Clave Editorial.
- INEGI. 2017. *Campeche Producto Interno Bruto*, México: INEGI.
- INEGI. 2017. *Chiapas Producto Interno Bruto*, México: INEGI.
- INEGI. 2017. *Quintana Roo Producto Interno Bruto*, México: INEGI.
- INEGI. 2017. *Tabasco Producto Interno Bruto*, México: INEGI.
- INEGI. 2017. *Yucatán Producto Interno Bruto*, México: INEGI.
- Papatheodorou, A. (1999). The demand for international tourism in the Mediterranean region. *Applied Economics*, 31(5), 619-630. DOI: 10.1080/000368499324066
- Propin, E. y Sánchez, Á. (2001). Características básicas de la estructura territorial de la economía mexicana. *Investigaciones Geográficas*, (46), 148-163. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56904611>
- Quintero, J. (2004). Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. *Anales del Museo de América*, (12), 263-274. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1180522>
- Rodríguez, M. (2014). La contribución del turismo al crecimiento económico de México: Un análisis por ramas características del sector. *Nova Scientia*, 7(13), 337-351. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=203332667018>
- Secretaría de Economía. (2016). *Inversión y comercio en Campeche*. México: Secretaría de Economía.
- Secretaría de Economía. (2016). *Inversión y comercio en Chiapas*. México: Secretaría de Economía.
- Secretaría de Economía. (2016). *Inversión y comercio en Quintana Roo*. México: Secretaría de Economía.

División Académica de Ciencias Económico Administrativas

Secretaría de Economía. (2016). *Inversión y comercio en Tabasco*. México: Secretaría de Economía.

Secretaría de Economía. (2016). *Inversión y comercio en Yucatán*. México: Secretaría de Economía.

Secretaría de Turismo. (2015). *Boletín cuatrimestral de turismo*. México: Secretaría de Turismo. Recuperado de [https://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/BOLETIN\\_2015-43.pdf](https://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/BOLETIN_2015-43.pdf)

Secretaría de Turismo, 2017. *Resultados de la actividad hotelera enero-diciembre 2016*. México: Secretaría de Turismo. Recuperado de [https://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/2016-MES\\_12\\_Publico.pdf](https://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/2016-MES_12_Publico.pdf)

Secretaría de Turismo. (2017). *Resultados de la actividad turística 2017*. México: Secretaría de Turismo. Recuperado de [https://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2017-12\(ES\).pdf](https://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2017-12(ES).pdf)

# ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO DE LA CADENA DE TIENDAS SUBURBIA

Beatriz Pérez Sánchez<sup>1</sup>  
Armando Mayo Castro<sup>2</sup>  
Perla Karina López Ruiz<sup>3</sup>  
Karina Pérez Hernández<sup>4</sup>  
Jenner Torrez Vázquez<sup>5</sup>

## RESUMEN

Analizar cómo las grandes empresas del sector comercio deben adaptarse a mercados versátiles que conviene anticiparse a los cambios de los hábitos de los consumidores y establecer estrategias de crecimiento. Se particulariza el caso de Suburbia, cadena de tiendas departamental de ropa, calzado y accesorio para toda la familia.

**PALABRAS CLAVE:** tiendas departamentales, grupo económico, comercio.

## INTRODUCCIÓN

En México, a partir del siglo XIX y sobre todo en la década del sesenta del siglo pasado, empezó a ser dominante el gran capital comercial, determinando una concentración y centralización con predominio de un sector moderno y eficiente para la época, distinguiendo un incipiente gran comercio con empresas tales como: el Puerto de Liverpool (1847); Fábricas de Francia (1857), El Palacio de Hierro (1885), Casa Ley (1954), García (1960), entre otras; las cuales convergieron en diferentes métodos de organización y ventas, tiendas de departamentos, almacenes, autoservicio y tiendas de descuento, en un contexto de un mercado sostenido por el consumo de las clases altas y medias.

---

<sup>1</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. beatrizperez10@hotmail.com

<sup>2</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. armando.mayo@ujat.mx

<sup>3</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

<sup>4</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

<sup>5</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. jenner.torrez@gmail.com

A finales de la década de 1970 se inició un proceso de transformación del gran capital comercial; una segunda modernización del gran comercio trajo como resultado la formación de poderosos grupos económicos comerciales, con base en el consumismo extendido a las clases medias por el auge petrolero. El gran comercio dio paso a nuevas formas de comercialización como el hipermercado, los centros o plazas comerciales; y la creación de formas jurídicas de organización tal como el *holding* para inicios de la década de los ochenta, profundizando sus lazos con el capital financiero (Amezcuca, 1989).

En el sector comercio, una tienda departamental es un establecimiento que debe de tener características específicas en cuanto a lo que ofrece a sus clientes, tales como: contar con un área destacada de ropa, calzado y accesorios, para dama, caballeros y niños; área de juguetes; de perfumería, y cosméticos, constituyen por lo regular espacios asignados por departamento.

Las tiendas departamentales son parte importante de los centros comerciales al generar un flujo de consumidores y ofrecer en un mismo establecimiento diferentes categorías de tiendas. La ubicación estratégica de las tiendas departamentales en las plazas comerciales es conocida por *tienda ancla*. En México existen alrededor de 600 centros comerciales y la tendencia registra un crecimiento en su construcción en diferentes entidades de la república mexicana. Son establecimientos de grandes dimensiones que ofrecen una variedad de mercancías y servicios de todo tipo y en una superficie dividida en secciones (Lizán, 2018).

Las tiendas departamentales se encuentran afiliadas a la Asociación Nacional de Tiendas Departamentales (ANTAD), quien registra 13 cadenas de tiendas departamentales, tales como: García, Cimaco, Coppel, Del Sol, Woolworth, El Nuevo Mundo, El Palacio de Hierro, Hemsá, La Marina, Liverpool, Sanborns, Sears, Tiendas Chapur, y Suburbia (ANTAD, 2019).

## **REFERENTES TEÓRICOS**

La teoría económica heterodoxa cuyos máximos representantes son Paul Baran y Paul W. Sweezy (1996), plantea que la competencia monopolista constituye el fenómeno del siglo XX, por ende el sistema económico se caracteriza por corporaciones gigantes que gracias a las mayores inversiones producen a gran escala y controlan el precio y el volumen de producción en la industria; el monopolio establece así el tránsito del capital individual a la forma corporativa e institucional.

No obstante, la competencia entre las grandes empresas o grupos económicos no sólo se da en el terreno de los precios, sino en la reducción de costos que le permita obtener diversas ventajas sobre sus rivales, tales como: publicidad, investigación, nuevos productos, y otros servicios tales como elementos tecnológicos puestos al servicio de la organización y que se incluyen en la modernidad y tendencia en la economía monopolista.

El comercio no escapa de esta realidad, Alfred D. Chandler (1977) señala que el comercio es una función del desarrollo de las fuerzas productivas; con un gran número de fabricantes se logra un gran número de consumidores, y por ende, de los sectores manufactureros surgen los grandes distribuidores que acercan las mercancías al consumidor final. Un gran distribuidor debe considerar los factores que lo llevarán al éxito: eficientes sistemas de comunicaciones y transportes y métodos de almacenamiento.

El desarrollo del gran comercio presenta un impacto favorable en la generación de nuevas empresas de servicios auxiliares: transportistas, financieras, aseguradoras, publicistas y otras (Chandler, 1977). De ahí la importancia del grupo económico como forma predominante de organización de las empresas, de la integración vertical u horizontal de sus actividades relacionadas.

En México desde el porfiriato grandes empresas o grupos económicos controlan áreas importantes de la economía, en muchos casos creando y manteniendo monopolios u oligopolios. Presentan una disyuntiva si la concentración de un mercado se debe al ejercicio del poder de mercado, o es consecuencia de una mayor eficiencia de ciertas empresas. Las empresas de capital privado nacional en México que forman parte de los grupos económicos o grandes empresas han surgido y se han desarrollado por factores tales como: las fallas de mercado, la concentración y centralización del capital (Chavarría y Ríos, 2018).

## **OBJETIVOS Y METAS**

Analizar las características y estrategias competitivas que le permitieron a las tiendas Suburbia convertirse en una cadena de tiendas exitosa, identificando su dimensión, estructura, y el grupo económico al que pertenece.

Difundir los resultados de investigación ante la comunidad académica y científica a través del presente caso inserto en una muestra de tiendas departamentales y constituye parte de los

resultados de una línea de investigación más amplia sobre grandes empresas o grupos económicos del sector comercio. El trabajo de investigación final busca beneficiar a las instituciones de educación superior con la generación y sistematización del conocimiento de las grandes corporaciones comerciales del país.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Los métodos empleados son: histórico-crítico y analítico. Se utilizaron los enfoques de origen histórico y de estrategias corporativas y organizacionales (Concheiro, Gutiérrez y Fragosa, 1979). El segundo enfoque de las estrategias corporativas y organizacionales, atiende la cambiante estructura organizativa de las grandes corporaciones modernas y su tendencia a adoptar estructuras de administración y morfologías corporativas más complejas (Cordero, Santín y Tirado, 1983).

## **RESULTADOS**

### **Antecedentes históricos**

Analizar las características y estrategias de la cadena de tiendas Suburbia conlleva a revisar sus orígenes e identificar en su evolución histórica su pertenencia a dos grupos económicos de capital extranjero.

La cadena comercial Suburbia se fundó en 1970, nació como parte de las inversiones de una empresa que con el tiempo se constituyó en un grupo económico, por lo tanto, el capital originario se remonta a la empresa Central de Ropa, S.A., firma que se fundó en 1958 como una empresa de artículos para vestir, y constituye la primera tienda Aurrerá. Su dueño, Jerónimo Arango, realizó diversas inversiones hasta constituir un grupo económico comercial: en 1960 crearon Superama. En 1964 inició operaciones Vips. En 1965 constituyó la Compañía Mexicana de Desarrollo Internacional, S.A. En 1968 cambió su denominación a Midco, S.A. Finalmente, en 1970, cuando nació Suburbia, inició operaciones también Bodega Aurrerá (Bolsa Mexicana de Valores, 2019).

En 1973 cambia su denominación a Aurrerá, S.A. y acciones de la compañía inician cotizaciones en la Bolsa Mexicana de Valores. En 1978 funda El Portón, un restaurante de cadena especializado en comida rápida con un toque mexicano. En 1982 se transforma en Aurrerá, S.A.

de C.V. Desde la década del ochenta, se constituye en un holding. En 1986 la empresa cambia su razón social a **Cifra, S.A. de C.V.**

El Grupo Cifra continuó creciendo, y en 1991 firmó un convenio con Wal-Mart Stores, Inc. (50 %-50 %) para la apertura del primer Sam's club en México y en 1992 se incorporaron las nuevas unidades de Aurrerá, Bodega Aurrerá y Superama, así como los Walmart Supercenters que iniciaron operaciones en 1993. En esta nueva sociedad se crearon dos empresas: Cifra-Mart y Wal-Mart Holding Company México (WMHCM), de las cuales Cifra es dueña del 50 % y Wal-Mart Stores, Inc., del 50 %. Cifra mantuvo el 100 % de sus unidades abiertas antes abril de 1992 (Walmart, 2019).

En 1994 se incorporaron a Cifra las nuevas unidades de Suburbia y de Vips. Wal-Mart Stores, Inc., realizó una oferta pública de compra de acciones en la Bolsa Mexicana de Valores y adquirió así el control de la empresa en 1997. Cifra permaneció como empresa pública que operaba todos los negocios en México, tales como: Bodega Aurrerá, Walmart Supercenter, Aurrerá, Sam's Club, Superama, Suburbia y Vips.

En 2000 la Asamblea de Accionista aprobó el cambio de razón social, de Cifra S.A. de C.V., a Wal-Mart de México, S.A. de C.V. Su clave de pizarra es WALMEX. Con este nuevo grupo las tiendas Aurrerá se convierten en Walmart Supercenter o Bodega Aurrerá. En 2006, la Asamblea de Accionista aprobó el ajuste a la denominación social de Wal-Mart de México, S.A. de C.V. a Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y que es la vigente. Ese mismo año la Secretaría de Hacienda y Crédito Público autorizó la constitución de Banco Wal-Mart de México Adelante, S.A., e inició operaciones en 2007.

El nuevo grupo de Wal-Mart siguió creciendo; en 2009 se aprobó la adquisición del 100% de la operación de Wal-Mart Centroamérica, el detallista líder de la región en Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica. En 2010 se concretó la adquisición de Walmart Centroamérica y se cambió el nombre comercial a Walmart de México y Centroamérica. En 2011 abrieron Walmart Supercenter en Honduras y el lanzamiento de su página de comercio electrónico walmart.com.mx (López, 2009).

### **Estrategias de crecimiento: apertura de tiendas y generación de marcas**

Entre sus estrategias de crecimiento se privilegió el establecimiento y crecimiento de tiendas en territorio nacional, gracias al alto margen de sus ventas; en 1997 sumó 36 tiendas Suburbia, y fue considerada por América Economía como una de las cinco principales empresas latinoamericanas del sector comercio.

En 2000 ocupó el décimo lugar por el monto de sus ventas entre las 500 mayores empresas de América Latina. En 2002 conquistó el décimo lugar por el monto de sus ventas: 1,229 mdp en el sector comercio departamental. En noviembre de 2003 sumaba 52 tiendas. Ese mismo año el Grupo Wal-Mart contrató a consultores mundiales para que asesoraran en estilo y ventas a Suburbia y modernizaran la tienda de acuerdo con el focusgroup, como investigación de mercado (Expansión, 2003).

En 2009 Suburbia lanzó una campaña publicitaria: *Moda para la vida real*, e incorporaron nuevas marcas tales como: Everlast y Converse OneStar, Emmanuel 19 y adquirieron Mossimo, marca propia en Jeans.

En 2010 Suburbia abrió cuatro tiendas, la número 90 se abrió en Tampico, Tamaulipas. Al 31 de diciembre, la capacidad instalada era de 373 mil 166 metros cuadrados, contra 356 mil 706 metros cuadrados de 2009, lo que significó un aumento de 4.6 %

Entre las estrategias exitosas se consideran la de ventas de mercancías relacionadas con el crédito; Suburbia ofreció a partir de 2010 opciones de pago tal como Apartamoda, que consistió en apartar una prenda con el 15 % de su costo total y liquidarla en tres quincenas o siete semanas. Ese mismo año se brindó: *El artículo de la semana*; cada lunes ofrecían prendas, artículos o accesorios a precios muy accesibles. Además, mejoraron el tiempo de sastrería a 15 minutos. Generaron marcas propias que crearon importantes ahorros a la empresa, tales como: Mossimo, La Mode, Things Contempo, Metrópolis Company, Weekeland, Non Stop, City y Clásicos. Con estas estrategias de venta, se infiere que en la competencia cada departamental ofrece un beneficio particular y diferenciado a sus clientes (Sandoval, 2011).

En 2016 con una inversión mayor a 110 millones de pesos, Walmart de México y Centroamérica, inauguró Suburbia Monclova, su segunda tienda de ropa en el estado de Coahuila, en donde generó empleo directo para 65 coahuilenses, con esta apertura sumó 118 sucursales en el país (Detalle, 2016).

Finalmente, la última estrategia de Walmart de México fue ofrecer en enero de 2016 la venta del 100% de la cadena de Suburbia. La cadena El Puerto de Liverpool adquirió Suburbia el 10 de agosto de 2016, (Liverpool, Informe anual 2016, 2017). En marzo, la Comisión de Competencia (COFECE) autorizó la adquisición de Suburbia, y se incorporó a Liverpool en términos reales en el mes de abril de 2017 (Liverpool, 2018).

La adquisición de Suburbia, incluyó: 1) el 100% de las acciones de cuatro entidades legales; 2) los derechos de propiedad intelectual de la marca Suburbia y sus marcas propias; 3) 122 tiendas, de las cuales 7 son propias, 78 en arrendamientos de edificios y/o terrenos con terceros y 37 en arrendamiento de terreno y/o edificio con Walmex; 4) la división de operación de tiendas, compras, planeación comercial, diseño de productos, mercadotecnia y procuramiento (CATMex); y 5) un centro de distribución arrendado a terceros.

El monto de compra neto aproximado fue de \$15,700 millones de pesos, incluyendo deuda de aproximadamente \$1,400 millones de pesos en forma de arrendamientos capitalizables que la Compañía asumió. Asimismo, la Compañía reembolsó a Walmex un monto aproximado de \$80 millones de pesos relacionados a ciertas construcciones que se llevaron a cabo desde la firma del acuerdo definitivo en agosto de 2016 al 4 de abril de 2017. Adicionalmente Walmex recibió aproximadamente \$3,300 millones de pesos por concepto de pago de dividendos decretados y reducción de capital. El precio total de la Operación fue de \$19,000 millones de pesos (Liverpool, 2018).

Liverpool suscribió un contrato de servicios de transición, que entró en vigor con el cierre de la operación y hasta 12 meses después. El contrato incluyó servicios de administración, finanzas, contabilidad y procesos informáticos, los cuales aseguraron la continuidad en la operación del negocio, entre otros. La adquisición de Suburbia fue financiada utilizando una combinación de caja existente y deuda de largo plazo que Liverpool ya tenía asegurada.

Entre otras estrategias, en septiembre de 2018 Liverpool decidió efectuar un proceso de conversión de los 41 almacenes Fábricas de Francia para enfocarse en las dos marcas con mayor identificación de los clientes: Liverpool y Suburbia. De estos almacenes, 25 se transformaron en almacenes Liverpool, los cuales representaban el 83% de las ventas. De los 16 restantes: 14 se transformarían en tiendas Suburbia; mientras que los almacenes Fábricas de Francia Lago de Guadalupe y Chimalhuacán cerraron sus operaciones de manera definitiva el pasado 31 de enero de 2019. El plan de conversión de los almacenes deberá terminar durante el tercer trimestre de

2019 y para cubrir los gastos de conversión y cierres, durante el 2018 se creó una reserva de \$450 millones de pesos.

Las estrategias de los grupos se ven influenciadas por el fenómeno de la globalización de los mercados, que pone a prueba la capacidad de adaptación y supervivencia de las grandes empresas, conlleva a una reorientación empresarial en la toma de decisiones y estrategias de financiamiento, crecimiento, especialización y diversificación.

Los grupos económicos en sus inicios adoptaron una estrategia de diversificación de negocios y adquisición de múltiples filiales, el sector comercio no escapó de esta realidad. El grupo Wal-Mart retomó su negocio principal de las tiendas de autoservicio en México como en el exterior y buscó conformar nuevas relaciones en el comercio, asumiendo nuevas estrategias, entre ellas la venta de empresas.

En el caso del grupo Liverpool cuyo mayor peso se desarrolló en las décadas de los ochenta y noventa en México, la adquisición de Suburbia fue una estrategia de crecimiento histórica. Suburbia, por una parte, como especialista en ropa y calzado, se alinea con la estrategia de crecimiento de Liverpool, que identifica estas categorías como prioridades. Por otra parte, Euromonitor International, proyecta un incremento en las ventas de estas categorías a una tasa de crecimiento anual de casi 5 % hasta el 2020 (en términos constantes de 2015). El nuevo dueño de Suburbia, el grupo Liverpool, se presenta así como una figura monopólica en el sector minorista mexicano, al penetrar en sectores de menores ingresos e incrementar sus ganancias (Expansión, 2016).

## **Ventas**

La evolución de las ventas de Suburbia se aprecia en la Tabla 1, refleja un crecimiento continuo; las ventas de 2002 a 2015 evidencian crecimiento anual de forma consecutiva, con excepción de los años 2007, 2009 y 2015 que registran un decremento en las ventas, el crecimiento para el periodo se registra en un 144 %.

Tabla 1

Ventas Suburbia 2002-2018 (millones de pesos)

Año	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Ventas	\$5,845.00	\$6,223.00	ND	\$7,620.00	\$9,534.00	\$9,432.00
Año	2008*	2009	2010	2011	2012	2013
Ventas	\$9,761.20	\$8,807.00	\$10,035.30	\$11,539.20	\$13,386.00	\$14,709.20
Año	2014	2015	2016	2017**	2018**	
Ventas	\$15,318.00	\$14,253.50	\$ 13,539.00	\$ 12,526.00	\$ 17,000.00	

Fuente: Elaboración propia con base en el listado de *Las 500 Empresas más importantes de México* de la Revista *Expansión*. \*Para 2008 en (*El Financiero*, 2016), el dato de 2016 contempla de marzo de 2015 a marzo de 2016; 2017 y 2018 con base en los informes anuales.

En su informe de 2017, Liverpool reportó que en la historia de su empresa, la adquisición más importante y la de mayor inversión ha sido Suburbia. Con una infraestructura de 122 tiendas, abrieron dos almacenes adicionales del mismo formato y sumaron 124 tiendas Suburbia, aunada a la proyección de 5 tiendas Suburbia para 2018. Con la cadena de tiendas Suburbia adquirieron también grandes marcas propias tales como: Weekend, Contempo y Metropolis. Con el cambio se sumaron a Liverpool, por esta vía de tiendas, 8,500 empleados.

En 2018 las ventas de Suburbia demostraron su liderazgo en la demanda de los consumidores de la clase media y media baja, y el fortalecimiento de su modelo de negocio. Durante ese año inauguraron siete nuevas tiendas que seguramente incrementarían las ventas para el 2019, a saber: Patio Tlalpan y Parque Antenas en la Ciudad de México, Ámbar en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; Sentura en Zamora, Michoacán; Plaza Atlacomulco en el Estado de México; Galerías San Juan del Río en Querétaro y Parque Puebla, en Puebla. Suman con estas aperturas un total de 131 tiendas. Al 31 de marzo de 2019 se contabilizan 138 tiendas, de las cuales cinco se encuentran en proceso de conversión (Liverpool, 2019).

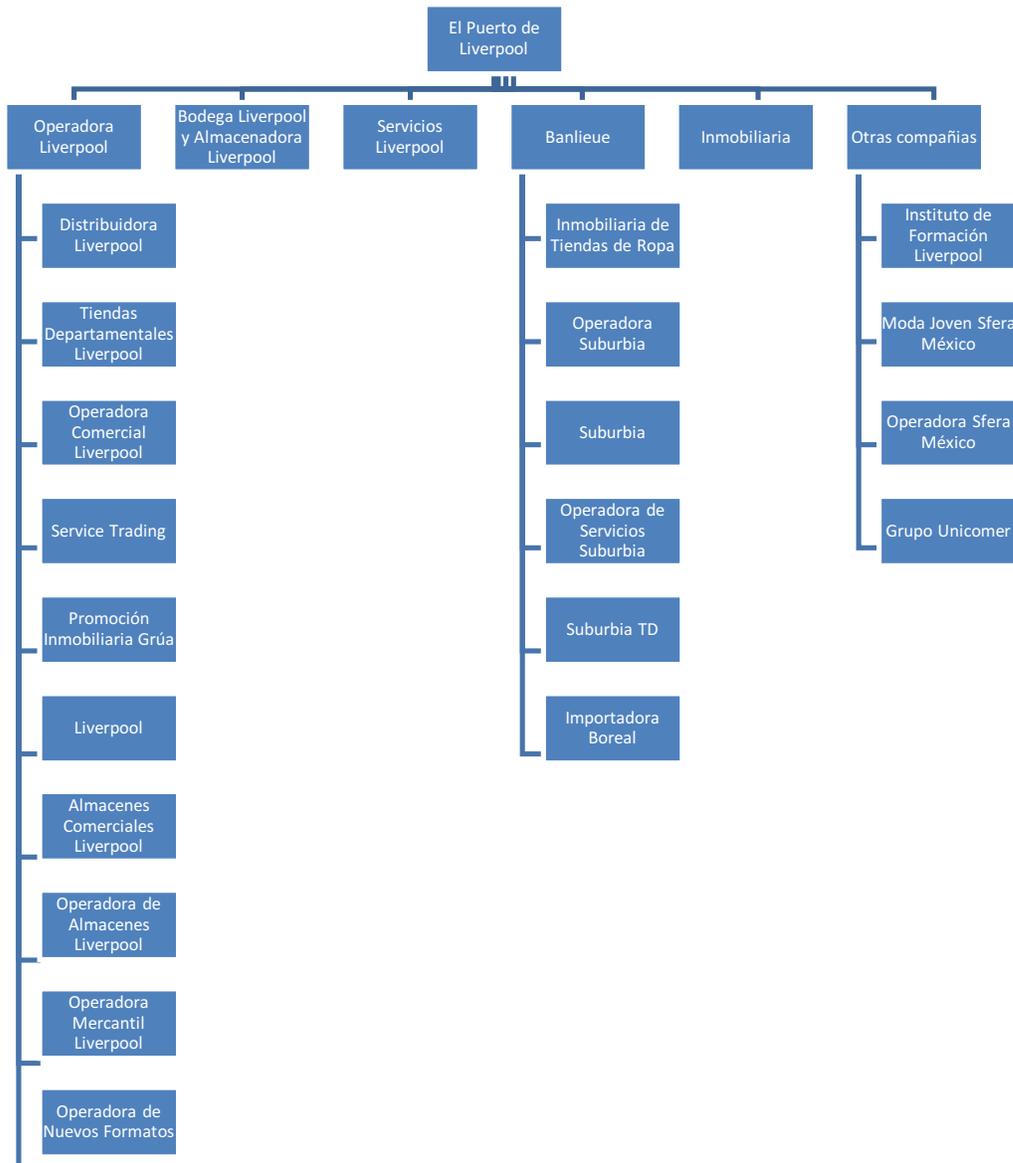
### Órganos de representación

Suburbia pertenece a la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD) organización mexicana que representa los intereses del comercio detallista, promueve su desarrollo, así como sus proveedores en una economía de mercado.

Fundada en 1983, la ANTAD colabora en forma constante con organismos cúpula como el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio,

Servicios y Turismo (CONCANACO SERVYTUR), Cámara Nacional de Comercio (CANACO), Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), Confederación de Cámaras Industriales (CONCAMIN), Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA), entre otros para el logro de objetivos comunes.

La ANTAD registró en 2018 ventas por 1,802 miles de millones de pesos, de los cuales el 22% corresponden a las tiendas departamentales, las cuales suman 2,374 tiendas (ANTAD, 2018).



**Figura1:** Estructura Corporativa del Grupo El Puerto de Liverpool

Fuente: elaboración propia con base en el informe anual 2018.

## **DISCUSIÓN**

Los minoristas latinoamericanos no han demostrado un gran interés por los puntos de venta de fábrica (*outlets*); aunque cuentan con algunos locales en México, Brasil y Chile, existen pocas historias de éxito (Walker, 2016), fenómeno que se explica porque los líderes minoristas no cuentan con las mercancías y capacidad para poder establecerlos, por lo cual se infiere que los centros comerciales (cuyas diferencias con los outlets son: la estructura de precios, estar al aire libre y ofrecer menos atractivos de lujo en comparación con los centros comerciales regulares,) llegaron para quedarse en el gusto del consumidor, por lo tanto las tiendas departamentales como tiendas ancla tienen futuro y los outlets probablemente sean una oportunidad estratégica de ventas a largo plazo.

En México las grandes empresas o grupos económicos controlan áreas importantes del sector comercio, cuyas características registran la eficiencia, la modernización y el uso de la tecnología, así como a una estructura monopólica, la incógnita del futuro es si la competencia con base en la concentración y centralización del capital les permitirá seguir ejerciendo el poder de mercado en la era de globalización de los mercados.

## **CONCLUSIONES**

El nacimiento de Suburbia coincide en la década de los setenta como evidencia del poder monopólico y financiero del grupo Walmart y con el proceso de centralización del capital de otros grupos económicos insertos en la estructura económica nacional.

Suburbia es una cadena de tiendas de capital nacional inserta en un grupo económico del sector comercio, exitoso, con presencia en el mercado por más de 46 años. Pasó a ser parte de otro grupo económico, El Puerto de Liverpool, hace apenas cinco años, y continúa existiendo como un medio de producción que brinda altas ganancias a sus dueños y complementa la demanda nacional.

La acumulación de capital propia de Walmar permitió a Suburbia crecer e invertir en nuevas sucursales, después de su venta al grupo de Liverpool y con base en su infraestructura, y personal, continuó creciendo y aplicó estrategias de comercio conocidas, tales como campañas

de promociones, descuentos y crédito propio de Suburbia, así como el respaldo de Visa para la compra de mercancías.

Los grupos han recorrido varias etapas de ampliación de sus empresas, y por lo tanto han asumido diversas estrategias de crecimiento como grupo y en cada una de sus empresas, el caso de Suburbia es un claro ejemplo, el comportamiento empresarial del sector comercio se ha distinguido por sus estrategias de acumulación, por sus resultados y su capacidad de reproducción que incluye participar en el mercado de fusiones y adquisiciones de empresas.

## REFERENCIAS

- Lizán, J. (2018). Departamentales como tiendas ancla. *Al Detalle*, 16(11), 18-25.
- Amezcuca, H. (1989). La fusión de los grupos y holdings comerciales con el capital financiero en México. En R. Pozas y M. Luna, *Las empresas y empresarios en el México contemporáneo*. (335-353). México: Grijalbo.
- ANTAD. (2018). *Informe Anual 2018*. Recuperado de <https://www.antad.net/informeannual/2018/>
- Baran, P. y Sweesy, P. (1996). *El capital monopolista: Ensayo sobre el orden económico y social de Estados Unidos*. México: Siglo veintiuno.
- Chandler, A. (1977). *La mano visible: la revolución en la dirección de la empresa norteamericana*. España: Ministerio del Trabajo y Seguridad Social.
- Chavarría, R. y Ríos, J. (2018). Los diez mayores grupos económicos de México y su impacto económico. *CIMEXUS*, 13(2), 175-199. Recuperado de <https://www.cimexus.umich.mx/index.php/cim1/article/view/297>
- Concheiro, E., Gutiérrez, A. y Fragosa, J. (1979). *El poder de la gran burguesía*. México: Ediciones de Cultura Popular.
- Cordero, S., Santín, R. y Tirado, R. (1983). *El poder empresarial en México*. México: Terra Nova.
- El Financiero. (19 de enero de 2016). Suburbia, franquicia rentable pero lejos de los grandes almacenes. Obtenido de <https://www.elfinanciero.com/empresas/suburbia-franquicia-rentable-pero-lejos-de-los-grandes-almacenes.html>
- Expansión. (2003). Suburbia no debe vender ropa. *Expansión*, 10-24.
- Expansión. (2016). Liverpool adquiere el 100% de Suburbia. *Expansión*. Obtenido de <https://expansion.mx/empresas/2016/08/10/liverpool-adquiere-a-suburbia>
- Liverpool. (2017). Informe anual 2016. México: Liverpool.
- Liverpool. (2018). Informe Anual 2017. México: Liverpool.
- Liverpool. (2019). Reporte de resultados del primer trimestre de 2019. México: Liverpool.

López, P. (2009). *Diccionario de la clase empresarial mexicana*. México: UNAM.

Sandoval, N. (2011). Tiendas Departamentales. La crisis no le pegó a la moda. *Expansión*, 383.

Walker, R. (2016). ¿Son los outlets los centros comerciales del futuro? *Al Detalle*, 34-36.

Walmart. (2019). Informe Anual 2018. México: Walmart.

## **PAGINAS WEB**

ANTAD. (2019). Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales. Obtenido de <https://antad.net/asociados/departamentales/>

Bolsa Mexicana de Valores. (2019). Perfil Wal-Mart. Recuperado de <https://www.bmv.com.mx/es/emisoras/perfil/WALMEX-5214>

# **EL PETRÓLEO EN TABASCO, COHESIÓN SOCIAL Y DETRIMENTO SOCIOECONÓMICO 2014-2016, LA GOBERNANZA ENERGÉTICA COMO ALTERNATIVA DE INCLUSIÓN SOCIAL**

Manlio Camilo Cobos Nava<sup>1</sup>

Aida Beatriz Armenta Ramírez<sup>2</sup>

## **RESUMEN**

Este trabajo analiza los efectos producidos por la explotación de hidrocarburos y el contexto en el que ingresan las compañías petroleras privadas al estado de Tabasco, como resultado de la Reforma Constitucional en materia energética de 2013.

El efecto de la irrupción de las compañías petroleras en Tabasco se estudiará en función de las teorías de la cohesión y de la gobernanza energética, mientras que para comprender los efectos socioeconómicos se sustentará en función a la teoría de la enfermedad holandesa y la maldición de los recursos naturales. Cabe mencionar que los niveles de rezago y marginación social en la última década han sido altos, donde se han producido notorios impactos socioeconómicos en los municipios que se encuentran inmersos a los yacimientos de hidrocarburos.

**PALABRAS CLAVE:** cohesión social, detrimento socioeconómico, compañías petroleras, gobernanza, privatización.

---

<sup>1</sup> Universidad Olmeca

<sup>2</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. handel91@gmail.com

## INTRODUCCIÓN

Tudela (1989) plantea que: “A partir del auge petrolero de la década de los setenta; en Tabasco la producción de hidrocarburos generó intensos impactos en tres aristas Social, Económica y Ambiental”. (p, 86). En consecuencia, se produjeron movimientos de protesta de campesinos y pescadores frente a los daños ocasionados por la intensidad de la explotación de este recurso no renovable. Esta nueva modalidad de aprovechar los recursos de la nación tuvo efectos socioeconómicos.

Después de varios conflictos, en los que no estuvo exenta la violencia, como en el caso del movimiento del Pacto Ribereño en 1976, los gobiernos federal y estatal enfrentaron la situación a través de instancias de negociación nombrado algunas que fueron, Desarrollo de la Costa de Tabasco(PRODECOT), Comisión Interinstitucional para el Desarrollo de las Zona Petroleras de Tabasco(CODEZPET), Comisión Interinstitucional del Medio Ambiente y Desarrollo (CIMADES) y posteriormente la Secretaría de Recursos Naturales y Protección al Ambiente (SERNAPAM). En estos conflictos la responsabilidad recayó sobre la empresa productiva Petróleos Mexicanos (PEMEX) que de acuerdo a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, era la instancia encargada de realizar las actividades de exploración, extracción, conducción, procesamiento y comercialización de los hidrocarburos en el país.

Posteriormente, si bien los gobiernos de Vicente Fox (2000-2006) y Felipe Calderón (2006-2012) intentaron abrir la producción de hidrocarburos a la iniciativa privada, fue en 2013 que el Congreso de la Unión aprobó una iniciativa de reforma constitucional, enviada por el ejecutivo federal, para, entre otros cambios, permitir a las compañías privadas la explotación de los yacimientos de hidrocarburos existentes en el país. Esta reforma posibilita que particulares puedan realizar la extracción, comercialización y transformación del petróleo y sus derivados.

La Reforma Constitucional en Materia Energética trajo aparejada una nueva ley reglamentaria: la Ley de Hidrocarburos. Esta ley prevé mecanismos de consulta, apoyos y contraprestación a través de una negociación entre la empresa y las comunidades usufructuarias o propietarias del predio en donde se pudiese encontrar el yacimiento de hidrocarburos.

## **OBJETIVOS Y METAS**

El objetivo de este trabajo es analizar el contexto en el cual se instala la reforma energética lo que influirá en la relación en las comunidades y las empresas petroleras, así como en la situación socioeconómica de la región.

Consideramos que es importante tener antecedentes para evaluar los efectos socioeconómicos que las compañías privadas están generando en los bloques que fueron licitados en el estado de Tabasco. Esto como una forma de valorar los efectos de la reforma energética.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

### **Cohesión social**

El concepto de la cohesión social en América Latina se va dar a partir de la apremiante necesidad de encarar problemas que han sido objeto de estudio en los últimos años, como lo son los altos índices de pobreza, desigualdad, discriminación y exclusión social.

Cuando se presenta una fragmentación y una pérdida de lazos estables, dentro de un escenario que se da en medio del esquema de la globalización y transformaciones que giran alrededor de éste, se presenta la necesidad de la sociedad de avanzar a crear nuevos mecanismos que generen sistemas de inclusión social y participación ciudadana.

El concepto de cohesión social se relaciona implícitamente con la equidad, la inclusión y el bienestar, pero se debe hacer una diferenciación para su mejor entendimiento. Dentro del punto de vista sociológico la definición de cohesión social se orienta a un consenso de un determinado grupo social, que adquieren un sentido de pertenencia ante un proyecto o situación que los relaciona en común.

Considerar la cohesión social como una parte fundamental de la solidaridad social, logra que los individuos logren construir vínculos que edifican una fuerza análoga.

Ottone y Pizarro (2003) consideran que: “La solidaridad orgánica hace posible que las ideas, sentimientos sean condiciones que conlleven al fortalecimiento de sus lazos y estos se hagan más numerosos” (p.93).

Consideramos que el funcionamiento de la sociedad sólo es posible a través del intercambio de individuos racionales, estrechamente relacionados con el esquema contractualista, el cual establece que la sociedad tiende a mantenerse unida ante la presencia del individuo. De esta manera se dan las condiciones del contrato social.

Tironi (2008) plantea que: “El escenario de debate se va a originar a partir del siglo XVIII, donde se incorporan distintos temas que se desprenden de la economía política y la división social del trabajo” (p.60). El contexto de la división social del trabajo representó para algunos pensadores la idea de explicar cómo se habían desarrollado las transformaciones en las distintas sociedades europeas como resultado de revoluciones políticas y los procesos de desarrollo industrial que se suscitaron en el periodo que ya hemos mencionado. Se puede observar una irrupción en el pensamiento colectivo para pasar al pensamiento individual, fragmentando esquemas colectivos. Para que se logre un esquema de la solidaridad orgánica es necesario que el proceso de Individuación se pondere debido a que éste se encuentra implícito a la interdependencia y a la sinuosidad de la cooperación de los individuos.

Tironi (2007) menciona que: “Las características de las sociedades enrevesadas es que la sociedad podrá ser consolidada a través de la coordinación, solidaridad y cooperación, y son los individuos que la componen los que deben atender estas tareas de la reproducción social” (p.60).

### **Contexto de la gobernanza en América Latina**

Gracias a la ayuda del Banco Mundial (BM), los gobiernos pueden ajustar el tipo de inversiones y los parámetros financieros en esa misma lógica Mitchell (2011) plantea que “El desarrollo avanza en fases, y su «despegue» es activado por la producción de materias primas, la creación de infraestructuras y un sector agrícola orientado a las exportaciones (p.123).

Moretti (1990), considera que “La fortaleza de las instituciones y el personal de gestión, así como la calidad de estas”. Es claro que a diferencia del “gobierno” la gobernanza solo puede coadyuvar a un objetivo positivo.

Haciendo un análisis de la coyuntura, el concepto de la gobernanza en los países emergentes de América Latina, ésta ha tenido más realce debido a los procesos y las transformaciones que se han suscitado a principios de los 80” donde este término se traduce como buena gobernanza, buen gobierno, buena gestión pública. Zurbriggen (2011). Considera que:

Mecanismos como la privatización, la descentralización de servicios públicos y la delegación de responsabilidades de la gestión pública delegadas a particulares o privados, cambian los esquemas del escenario político; también justifica que el estado no puede por sí solo garantizar el bienestar social (p.40).

Klijn y Skelcher (2007) menciona que: “En Europa se establece un debate acerca de la gobernanza, esto durante los 90” un tipo de paradigma” (p.88). En el mismo contexto, Marsh (2008) afirma que: “La gobernanza inclina su debate hacia los cambios en los esquemas de las funciones administrativas del estado un modelo innovador de gestión pública contrario al jerárquico o al del mercado”. (p.224).

Las citas anteriores sostienen que los mecanismos que plantean la gobernanza son la participación de los entes privados dentro de las funciones del estado donde su radio de acción como regulador y distribuidor ha tenido resultados magros. Mayntz (1994), afirma que:

Las políticas públicas emergen de la interacción entre actores públicos y privados, aceptando que el Estado no es el actor dominante en los procesos divisionales, por lo tanto, el estado queda relegado a llevar funciones ya limitadas en cuanto a lo que está facultado a ejecutar. (p.156).

A través de un contexto histórico tenemos entonces un marco teórico que da la pauta a un mejor entendimiento a la crisis del estado benefactor atravesó de procesos como la globalización o mundialización. Jessop (1998) menciona que:

Los objetivos de la gobernanza dan razón a las transformaciones recientes de la función de los gobiernos ante un proceso globalizador, la gobernanza se define como heterarquía, es decir, interdependencia y coordinación negociada entre sistemas y organizaciones. (p.345).

Rhodes (1997), considera que: “La definición más concreta de gobernanza sería al describirla como la mejor manera de darle forma al gobierno en el plano local, regional y supranacional” (p.148).

## **Pautas para la comprensión de la Gobernanza Energética**

Para el mejor entendimiento de la gobernanza energética podemos partir de cuatro dimensiones:

a) el contexto internacional, b) la dimensión Socioeconómica y Financiera, c) la dimensión Social y d) la dimensión Ambiental.

Fontaine y Puyana (2008) consideran que:

El contexto de la gobernanza energética se define como un sistema que regula y orienta las interacciones entre el Estado, el mercado y la sociedad en el ámbito energético, a través de normas legales, políticas públicas e instituciones de ejecución y control (p,20).

En estas cuatro dimensiones podemos apreciar que se establece una relación, ello implica a la vez factores endógenos y exógenos que determinan los procesos de toma de decisión y de elaboración y ejecución de políticas públicas. Sobre la primera dimensión ya se abundó en capítulos anteriores.

En la segunda dimensión de la gobernanza energética lo que nos interesa es la económica y financiera. Esta dimensión permite entender la interacción entre la globalización de los mercados y el renacimiento de los nacionalismos en la región.

La tercera dimensión de la gobernanza energética es la dimensión social. Con esto se debe entender el complejo tejido de relaciones entre los actores sociales, el sistema institucional y el mercado. En este sentido, esta dimensión comprende tanto el rol de los actores colectivos en los procesos de gobernabilidad, especialmente en regímenes democráticos, como la interacción entre las empresas y los sindicatos, o la dinámica de las relaciones corporativas.

La cuarta y última dimensión de la gobernanza energética es la dimensión ética, en la medida en que afecta los estilos de vida de la población tanto al nivel local como en el ámbito global. Desde hace dos décadas los problemas energéticos son comúnmente planteados en relación con los problemas ambientales locales y globales.

Existen otros factores internos que generan desajustes económicos y que han sido analizados, tal es el caso de la llamada “enfermedad holandesa”.

## **Teoría de La enfermedad holandesa y la maldición de los Recursos**

El término de enfermedad holandesa considera que la petrolización y el crecimiento del PIB no se mezclan. Puyana (2017) plantea que:

Los efectos generados por las bonanzas, o choques macroeconómicos externos que son inducidos por determinadas alzas de precios internacionales de la mayor parte de los productos básicos y por el incremento del volumen de producción destinado a la exportación, ha sido considerado como un debate académico. (p.235)

Esto puede justificar que la abundancia y las bonanzas de los productos naturales o materias primas tienden a impactar negativamente el desenvolvimiento económico en los países donde se presentan los ya mencionados choques positivos. Schuldt (2004). Considera que: “El caso de Holanda durante la bonanza en las décadas de 1950 y 1960, se presentó condiciones de desindustrialización y desagriculturización”. (p.224).

## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Sampieri y Mendoza (2008) “Mencionan que el Diseño exploratorio secuencial *DEXPLOS*. El diseño implica una fase inicial de recolección y análisis de datos cualitativos seguida de otra donde se recaban y analizan datos cuantitativos”. (p.546). Hay dos modalidades del diseño atendiendo a su finalidad. En la modalidad *derivativa* la recolección y el análisis de los datos cuantitativos se hacen sobre la base de los resultados cualitativos. Creswell (2009) Considera que: “La mezcla mixta ocurre cuando se conecta el análisis cualitativo de los datos y la recolección de datos cuantitativos”. La interpretación final es producto de la comparación e integración de resultados cualitativos y cuantitativos.

## **RESULTADOS**

### **El caso de los municipios de Tabasco donde se extrae el mayor volumen de crudo y gas y la dinámica socioeconómica.**

En Tabasco se extrae principalmente de tierra la mayor parte del crudo y gas, y hacemos mención a siete municipios que presentan índices negativos de marginación social y rezago social.

Tabla 1

Volumen de la producción anual de petróleo y gas natural en Tabasco

<b>Año</b>	<b>Volumen de la producción de petróleo crudo (miles de barriles)</b>	<b>Volumen de la producción de gas natural (millones de metros cúbicos)</b>
<b>2012</b>	<b>158615</b>	<b>513774</b>
<b>2013</b>	<b>145897</b>	<b>486018</b>
<b>2014</b>	<b>137365</b>	<b>466958</b>
<b>2015</b>	<b>119452</b>	<b>423675</b>
<b>2016</b>	<b>106649</b>	<b>394192</b>

Fuente: 2012-2016 La información está calculada a partir de los promedios diarios. La información se refiere a la producción en la superficie del estado. PEMEX. Dirección Corporativa de Finanzas

Tabla 2

Volumen de la producción diaria y anual de crudo y gas natural por municipio 2014

<b>Municipio</b>	<b>Volumen de la producción anual de gas (millones de metros cúbicos)</b>	<b>Volumen de producción anual de crudo(millones de barriles)</b>
<b>Cárdenas</b>	34 303.295	19,493
<b>Centla</b>	141 254.833	24 036
<b>Cunduacán</b>	90 591.088	33005
<b>Comalcalco</b>	23 474.905	14154
<b>Macuspana</b>	9 184.949	424
<b>Nacajuca</b>	48 473.955	15332
<b>Paraíso</b>	3 444.060	5227

Fuente: Los campos incluyen sólo a los pozos ubicados en el Estado, y su volumen de producción se refiere a un promedio diario anual. PEMEX, Exploración y Producción.

Tabla 3

Indicadores de pobreza, rezago y marginación social en los municipios del Estado de Tabasco 2015

<b>Municipio</b>	<b>Grado de Marginación Social</b>	<b>Lugar estatal</b>	<b>Lugar nacional</b>	<b>Grado de Rezago Social</b>
<b>Cárdenas</b>	Medio	11	1673	Medio bajo
<b>Cunduacán</b>	Medio	7	1512	Medio bajo
<b>Centla</b>	Medio	5	1243	Medio Bajo
<b>Comalcalco</b>	Medio	12	1697	Muy bajo
<b>Macuspana</b>	Medio	8	1522	Muy bajo
<b>Nacajuca</b>	Bajo	15	2012	Muy bajo
<b>Paraíso</b>	Bajo	16	2055	Muy bajo

*Fuente.* INEGI. Catálogo de claves de entidades federativas, municipios y localidades/Tabla de equivalencias. Octubre 2015.

Tabla 4

Indicadores de Vivienda y pobreza de los municipios en Tabasco 2015

<b>Municipio</b>	<b>Población total</b>	<b>Viviendas particulares habitadas</b>	<b>Población en Pobreza extrema</b>	<b>% de la población en pobreza extrema</b>
<b>Cárdenas</b>	248,481	59591	47207	20.38
<b>Cunduacán</b>	126,416	31324	18227	12.73
<b>Centla</b>	102,110	24263	25722	25.73
<b>Comalcalco</b>	192,892	46466	37072	18.89

<b>Macuspana</b>	153,132	37539	25425	15.74
<b>Nacajuca</b>	115,066	29029	10225	8.52
<b>Paraíso</b>	86,620	21202	11882	13.93

*Fuente.* INEGI. Catálogo de claves de entidades federativas, municipios y localidades/Tabla de equivalencias. Octubre 2015

Tabla 5

Indicadores de porcentaje de Pobreza en los municipios de Tabasco donde se presenta la mayor producción petrolera porcentaje 2015.

<b>Municipio</b>	<b>Pobreza</b>	<b>Pobreza moderada</b>	<b>Pobreza extrema</b>	<b>Población con ingreso inferior a la línea del bienestar</b>	<b>Población con ingreso superior a la línea del bienestar</b>
<b>Cárdenas</b>	<b>59.2</b>	<b>23.1</b>	<b>43.2</b>	<b>52.2</b>	<b>22.8</b>
<b>Cunduacán</b>	<b>48.9</b>	<b>8.7</b>	<b>40.2</b>	<b>49.6</b>	<b>34.8</b>
<b>Centla</b>	<b>58.7</b>	<b>14.8</b>	<b>44.8</b>	<b>60.6</b>	<b>21.9</b>
<b>Comalcalco</b>	<b>48.9</b>	<b>9.1</b>	<b>39.8</b>	<b>50.2</b>	<b>17.7</b>
<b>Macuspana</b>	<b>54.1</b>	<b>10.1</b>	<b>43.3</b>	<b>55.9</b>	<b>16.8</b>
<b>Nacajuca</b>	<b>36.2</b>	<b>5.6</b>	<b>30.5</b>	<b>38.7</b>	<b>14.6</b>
<b>Paraíso</b>	<b>40.9</b>	<b>5.3</b>	<b>34.0</b>	<b>40.9</b>	<b>16.7</b>

*Fuente:* estimaciones del CONEVAL con base en el MCS-ENIGH 2010, la muestra del Censo de Población y Vivienda 2010, el Modelo Estadístico 2015 para la continuidad del MCS-ENIGH y la Encuesta Intercensal 2015

## **DISCUSIÓN**

La Reforma energética 2013 no tardó mucho en manifestar síntomas de conflictos sociales y en las comunidades que se encuentran inmersas a los campos donde se extraen los hidrocarburos, los gobiernos en sus tres órdenes, no establecieron mecanismos para poder mediar y regular tanto el contexto social como el económico. Cabe resaltar que dentro del esquema teórico se

menciona que la maldición de los recursos y la enfermedad holandesa justifican este tipo de problemáticas donde la mayor afectación recae sobre las comunidades rurales, principalmente los sectores que se orientan a la pesca, la agricultura y la pequeña ganadería, tal fue el caso de los municipios de Paraíso, Macuspana, y Comalcalco.

En las comunidades de los municipios de Paraíso, Centla, Nacajuca y Cunduacán se presenta condiciones muy similares, la cohesión y resistencia social de parte de los pobladores de las zonas rurales, como respuesta a la irrupción de diversas compañías petroleras que han ocasionado serias afectaciones en su patrimonio. Se presenta el etnocidio que es generado por el proceso de la modernización que trae consigo un desorden. Uribe (2003) Considera que

El proceso modernizador que se ha impuesto el modelo globalizador, como modo de vida en las zonas rurales del trópico, trajo como consecuencias la descampezinización, donde el etnocidio es inevitable, se presenta también la destrucción de usos y costumbres, de la cultura, el modo de vida es trasladado a las grandes urbes, donde el campesino tiene que buscar otras alternativas para tener ingresos que le permitan subsistir y satisfacer sus necesidades básicas. La nueva cultura del petróleo trae consigo el desplazamiento y la reterritorialización de la comunidad rural, la lógica colonizadora se conserva.

En lo que concierne a los efectos económicos generados por las compañías petroleras, a partir de 2014, se considera que aún persisten las economías de tipo enclave, y se puede incluir que la producción petrolera en Tabasco ha tenido esa característica desde los años 70, donde las bonanzas en pequeña y mediana escala que se han generado, no han logrado tener un impacto favorable para lograr una distribución del ingreso especialmente en las comunidades de los municipios que presentan un grado de rezago social medio-bajo, sino por el contrario el detrimento se mantiene. Es muy claro que se excluyen mecanismos como la implementación de polos de desarrollo. Negrete (1984), menciona al respecto que: “Las características esenciales de una implantación tipo enclave se derivan de su relación con el ámbito exterior a la región donde se localiza la actividad económica, generalmente basada en la explotación de un recurso natural, y predominantemente exportadora” (p, 106).

Los impactos generados por la irrupción de las compañías petroleras a partir de 2014 a 2019, han abierto una brecha que es necesario analizarse con profundidad no solo dentro del contexto socioeconómico. Mencionamos que ya no se trata de PEMEX, sino de particulares que ya tienen contratos de hasta treinta años. El papel del gobierno en sus tres órdenes no ha logrado ser garante de imparcialidad y regular la actividad de las compañías privadas ya que

éstas han incumplido, lo que establece el marco legal, como lo son las consultas previas y las evaluaciones de impacto social y ambiental. El último lustro de acuerdo a los indicadores de carencias sociales y pobreza es muy claro, los índices siguen presentando cifras alarmantes, la tendencia sigue orientándose en favor del capital privado.

## CONCLUSIONES

Los datos estadísticos nos permiten hacer un análisis objetivo de la magnitud de los efectos generados por la actividad petrolera en los municipios del estado de Tabasco. Al igual que durante la década de la bonanza petrolera, la prisa por incrementar los niveles de producción ha impedido que se establezcan los mecanismos necesarios no solo para revertir los impactos ambientales y socioeconómicos, sino también para poder preservar la sustentabilidad y la vida útil de las reservas, con la teoría del mal holandés tenemos una conclusión precisa que los enclaves económicos paralizan los demás sectores de productivos y que el crecimiento y desarrollo no pueden depender únicamente de la explotación irracional de los hidrocarburos. En este contexto en el que se inserta la reforma energética se tienen que tomar en cuenta todos estos factores.

## REFERENCIAS

- Creswell, J. (2008). *Mixed methods research: State of the art*. 1st ed. Lincoln, EUA: Sage journal.
- Coser. L. (1970). *Nuevos aportes a la teoría del conflicto social* (2ª ed.). Bogotá, Colombia: Amorrortu.
- Jessop, J. B. (1998). The rise of governance and the risks of failure: The case of economic development. *International Social Science Journal*, 50(155), 29-45. DOI:10.1111/1468-2451.00107
- Fontaine, G. y Puyana, A. (2008). *La guerra del fuego políticas petroleras y crisis energética en América Latina*. Quito-Ecuador: FLACSO Ecuador
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación (6ta ed)*. México: McGraw-Hill Education.
- Klijn, E. y Skelcher, C. (2007). Democracy and governance networks: Compatible or not?. *Public Administration*, 85(3), 587-608. DOI: 10.1111/j.1467-9299.2007.00662.x
- Mayntz, R. (1993). Modernization and the logic of interorganizational networks. *Knowledge technology and policy*, 6(1), 3-16. DOI: 10.1007/BF02692798

- Moretti F. y Preste, D. (2015). Jerga bancaria el lenguaje empleado en los informes del Banco Mundial. *New left review*, (92), 101-127.
- Mitchell, T. (2011). *Carbon democracy: political power in the age of oil*. Londres y Nueva York: Maple Vail.
- Ottone, E. y Pizarro, C. (2003). *Osadía de la prudencia: un nuevo sentido del progreso*. Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Puyana, A. (2017). El retorno al extractivismo en América Latina. ¿Ruptura o profundización del modelo de economía liberal y por qué ahora? *Espiral: estudios sobre estado y sociedad*, 24(69), 73-113. DOI: 10.32870/espiral.v24i69.4596
- Schuldt, J. (2004). *Bonanza macroeconómica y malestar microeconómico, vol 1*. Perú: Universidad del Pacífico
- Tironi, E. y Sorj, B. (2007). Cohesión social: una visión desde América Latina. *Pensamiento Latinoamericano*, (1), 105-127.
- Tironi, E. (2008). *Redes, Estado y mercados: soportes de la cohesión social latinoamericana*. Chile: Uqbar editores
- Tudela, F. (1989). *La modernización forzada del trópico: el caso de Tabasco*. México: Colegio de México.
- Uribe R. (2003). *La transición entre el desarrollismo y la globalización: Ensamblando Tabasco*. México: Centro regional de investigaciones multidisciplinares UNAM.
- Zurbriggen, C. (2011). Gobernanza: una mirada desde América Latina. *Perfiles latinoamericanos*, (39), 39-64. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11519271002>

### **PÁGINAS ELECTRÓNICAS**

- INEGI. (2017). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)*. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825095123>
- CONEVAL. (2019). *CONEVAL Consejo nacional de evaluación de la política de desarrollo social*. Recuperado de <https://www.coneval.org.mx/Paginas/principal.aspx>

# RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COCA-COLA

Cecilia García Muñoz Aparicio<sup>1</sup>

Olga Beatriz Sánchez Rosado<sup>2</sup>

María del Carmen Navarrete Torres<sup>3</sup>

## RESUMEN

Coca-Cola es una organización con una larga trayectoria en México ya que inicia operaciones en 1923, además de poseer una gran historia de éxito desde sus orígenes en 1890 en Georgia, Estados Unidos; líder en Latinoamérica con operaciones globales y dos principios fundamentales: generar valor económico y social; se considera la empresa embotelladora pública más grande de bebidas a nivel mundial, distribuyendo más de 3.3 mil millones de cajas unidad al año (Coca-Cola FEMSA, 2018). Esta compañía se desarrolla con base a la constante innovación, la eficiencia en su desempeño, sólido crecimiento, respeto al medio ambiente y desarrollo del bienestar personal, así como el de las comunidades donde opera dicha compañía. Actualmente es una empresa socialmente responsable debido a sus acciones con el medio ambiente, la sociedad y la empresa, cuenta con el distintivo otorgado por el CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía): ser empresa socialmente responsable además de pertenecer al Pacto Mundial y al Global Reporting Initiative (GRI).

**PALABRAS CLAVE:** Acciones, Coca-Cola, responsabilidad social.

## OBJETIVO

Analizar las acciones en materia de responsabilidad social de la compañía Coca-Cola (México), a lo largo de 16 años, desde que es considerada una empresa socialmente responsable.

---

<sup>1</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. flamingos1999@hotmail.com

<sup>2</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. betytab@hotmail.com

<sup>3</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. mallynav@yahoo.com.mx

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Se utilizó una metodología de tipo descriptiva, de diseño no experimental de tipo longitudinal a lo largo de 16 años, a través de fuentes secundarias.

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014), el diseño no experimental es aquel donde no se manipulan las variables y de tipo longitudinal consiste en la recolección de datos en diferentes períodos de tiempo que en este caso es del año 2002 al 2018.

### **Responsabilidad Social**

Responsabilidad social empresarial hoy en día es uno de los temas más importantes en la sociedad debido a todo lo que se vive en el mundo como es el cambio climático, el desempeño empresarial en relación con los grupos de interés, la vinculación existente de la sociedad y medio ambiente, es por ello la importancia de estudiar las acciones que realizan los grandes corporativos para que se tomen como ejemplos en futuro actuar de las empresas.

Las empresas cuando son responsables socialmente adquieren una mejor reputación en la sociedad lo cual hace que tanto clientes actuales como futuros sean partidarios de las mismas.

La responsabilidad social empresarial reside en aceptar que el funcionamiento de una empresa afecta los intereses no solo de los inversionistas y/o administradores, sino que también involucra a los trabajadores, los clientes o consumidores de los productos y servicios ofrecidos por la empresa, y la localidad en la que está ubicada geográficamente, el Estado, el medio ambiente, etcétera (Bonilla-Sanabria, 2017).

El interés en la responsabilidad social empresarial (RSE) en los últimos años surge como parte de la globalización y el comercio internacional, condiciones que se reflejan en el aumento de la complejidad de las organizaciones y las demandas de las mismas en relación a la transparencia y responsabilidad social (Castillo Villar, 2015 citando a Jamali y Mirshak, 2007).

Es importante profundizar sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) con programas de operaciones multinacionales, de tal manera que se adapten a las necesidades de los programas de los países. La organización ha aceptado un rol mayor en el desarrollo de tareas que antes pertenecían al Estado, como lo es la protección de mínimos sociales y para desempeñar dichas funciones, algunas empresas no sólo han actuado como benefactores

económicos, sino también como gestores en el interior de la sociedad, haciendo indispensable la importancia de las empresas en la sociedad (Castillo-Villar, 2015).

### **Empresa Coca-Cola**

La industria de Coca-Cola se considera una empresa mexicana a partir de 1926, desde hace 93 años. Dicha industria forma parte de México, no solamente como productora de bebidas que refrescan y satisfacen gustos y necesidades, sino como un agente que contribuye a la promoción de la economía mexicana y la construcción de una sociedad responsable. Los mexicanos han disfrutado de algunos de los productos de esta compañía, distribuidos a nivel nacional, mientras que los emprendedores que han estado construyendo esta industria, han conservado y desarrollado su compromiso con México generando empleos, invirtiendo en tecnología, capacitando a su personal, promoviendo a pequeños comerciantes, pagando impuestos, y participando en el desarrollo social de las comunidades en las que se ubican preservando el medio ambiente (Coca-Cola, 2002).

En 1997 surge la fundación Coca-Cola, la cual, a través de programas comunitarios apoya a la sociedad mexicana enfocándose al bienestar personal, social y ambiental, cumpliendo 22 años impulsando la economía, logrando beneficios en el ámbito social, educativo y económico. Esta compañía ha trabajado con dos pilares: agua y vida saludable, con algunas acciones logradas como son: que 3.9 millones de niños y jóvenes mejoren su alimentación y actividad física a través de más de 5.5 millones de chequeos médicos, 1,500 centros de hidratación instalados en 1,447 escuelas de gobierno de todo México, 600 parques habilitados con la iniciativa Vive Tu Parque, 224, 484 personas beneficiadas con capacitación; disponibilidad de agua debido a la instalación de: 36 ollas captadoras, 429 cisternas comunitarias, 599 techos captadores, 3 plantas de tratamiento de agua residual, 3 plantas purificadoras (The Coca Cola Company, 2019). Desde el año 2000 ha recibido de forma continua y permanente el distintivo de Empresa Socialmente Responsable otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y la Alianza para la Responsabilidad en México (AliaRse), consolidándose como la única compañía de bebidas en obtenerlo ininterrumpidamente desde su creación (Coca-Cola, 2017). En el año 2006 se adhiere al Pacto Mundial, una iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), que a través de sus 10 principios busca promover la creación de una ciudadanía corporativa global, con base en cuatro temas: Derechos Humanos, Trabajo, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción (Coca-Cola, 2006).

Esta compañía goza de un gran posicionamiento en la dimensión social de la responsabilidad social corporativa con un enfoque tripartita que otorga preferencia a personas de comunidades, el planeta, y un gran compromiso en las comunidades donde se desempeña la compañía (Husted y Matten, 2017). Los valores de esta empresa son: Liderazgo, Pasión, Integridad, Responsabilidad, Colaboración, Innovación y Calidad (Coca – Cola, 2008).

## RESULTADOS

Como resultado se llevó a cabo un diseño no experimental de tipo longitudinal de la evolución de las acciones de responsabilidad social que van del período de tiempo del 2002 al 2018, conformando 16 años de trabajo de la empresa en acciones de responsabilidad social; cabe aclarar que en las tablas no se presentan variables, las acciones constituyen criterios de evaluación de responsabilidad social que emite el CEMEFI y que no son siempre las mismas ya que van cambiando a través del tiempo. En las tablas las acciones se relataron de acuerdo al diseño de los informes de sostenibilidad de la empresa Coca-Cola.

Se presentan las siguientes tablas.

Tabla 1

Acciones de responsabilidad social de Coca Cola del 2002 al 2008

Acciones 2002	Acciones 2003	Acciones 2004	Acciones 2005	Acciones 2006	Acciones 2007	Acciones 2008
Inversión de más de 500 millones de dólares.	Se invirtió 600 millones de dólares	Inversión anual de más de 600 millones de dólares	Se invirtieron más de 630 millones de dólares.	Inversión de más de 630 millones de dólares.	Inversión de 750 millones de dólares en el crecimiento del país.	Inversión de 9 mil millones de pesos en el país
Apoyo en capacitación e infraestructura de 360,000 pequeños negocios.	Se apoyó a más de 410,000 micro empresario Becas.	Apoyo en infraestructura y capacitación a más de 385,000 microempresarios	Impulso a más de 385,000 pequeños negocios. Capacitación.	Se otorgaron 720,000 horas de capacitación beneficiando a más de 160,000 personas.	1.5 millones de horas de capacitación a más de 110,000 personas. Se impulsó a 245,000	Impartición de 1.6 millones de horas de capacitación.

				Impulso a más de 200,000 pequeños negocios.	pequeños negocios	
Más de 88,000 empleos directos (2do. empleador a nivel nacional)	88,000 empleos.	Empleo para más de 80,000 trabajadores,	Creación de 80,000 empleos.	Creación de más de 80,000 empleos directos y al menos 500,000 indirectos.	Creación de más de 80,000 empleos formales directos.	Creación de 80 mil empleos.
Protección y cuidado del medio ambiente	Implementación de programas para el cuidado y protección del medio ambiente. Práctica del deporte. El Centro de Desarrollo del Sistema Coca-Cola diseña programas de capacitación en todos los niveles	Cuidado del medio ambiente, para el desarrollo sustentable para beneficio de las actuales y generaciones futuras.	Sistema de Embotelladores, implementando proyectos locales en todo el país enfocados en educación, salud, cultura y cuidado del medio ambiente. Respeto al entorno. Conciencia y cuidado del agua con su uso sustentable.	47 unidades operativas certificadas como Industria Limpia y 48 plantas para el tratamiento de aguas residuales.	Cuidado del Medioambiente . Proyectos de reforestación, se sembraron 30 millones de árboles. Empaques sustentables.	Cuidado del Medio ambiente.
100 millones de pesos en programas sociales. 800,000 personas beneficiadas	EKOsystem, programa para coordinar sus esfuerzos en materia ecológica, es equivalente al	Industria Limpia: certificación ISO-14001. Son 33 centros productivos certificados por la SEMARNAT	Industria Limpia. proyecto Revive Chapultepec. Normas	Inversión de más de 162 millones de pesos en programas sociales en	Inversión de 135 millones de pesos en programas sociales. Distintivo ESR del CEMEFI.	Inversión de 270 millones de pesos destinados a programas de sustentabilidad ambiental.

División Académica de Ciencias Económico Administrativas

por programas de Coca-Cola.	sistema de certificación	como Industria Limpia y 35 plantas de	de calidad, ambientales y de seguridad.	beneficio de 4 millones de mexicanos.		Inversión de 125 millones de pesos
Distintivo ESR del CEMEFI.	ISO-14000. Inversión de 120 millones de pesos en programas sociales. Distintivo ESR del CEMEFI.	tratamiento de aguas residuales. Inversión de 125 millones de pesos para programas sociales. Distintivo ESR del CEMEFI.	Inversión de 76 millones de pesos en programas sociales Para beneficiar a 3.6 millones de mexicanos Distintivo ESR del CEMEFI.	Se adhiere al Pacto Mundial. Distintivo ESR del CEMEFI.		invertidos en programas sociales, comunitarios y de Sustentabilidad . Distintivo ESR del CEMEFI.
Participación en 4,000 eventos culturales, deportivos y de	5,300 eventos culturales, deportivos y de entretenimiento o apoyados.	Participación en 4,600 eventos musicales, deportivos, culturales y de entretenimiento organizados.	8,700 eventos deportivos, culturales y de entretenimiento.	Impulso hacia una cultura laboral incluyente.	Promoción de 7,000 eventos deportivos, culturales y de entretenimiento	Más de 6 mil eventos deportivos, culturales y de entretenimiento
Entretenimiento						
Rehabilitación de albergues Escolares indígenas.	Rehabilitación de 38 albergues y 17 nuevos albergues escolares Indígenas y la construcción de 5 escuelas.	Capacitación a más de 183,000 personas.	Construcción y rehabilitación en 5 años a 68 albergues escolares indígenas y 35 escuelas a través de la Fundación Coca-Cola.	Construcción y rehabilitación en 6 años 73 albergues escolares indígenas y 40 escuelas, impactando positivamente a más de 1.2 millones de mexicanos.		128 obras de infraestructura educativa favorecen a más de 1.3 millones de personas.

43 años apoyando el desarrollo de áreas de alimentos (Premio Nacional en Ciencia y Tecnología de Alimentos)	Industria Limpia con 30 plantas embotelladoras certificadas por la SEMARNAT. Programa ECOCE para el acopio y reciclado de PET. Alianza para la Salvación del Cañón del Sumidero. Premio Nacional en Ciencia y Tecnología de Alimentos	ECOCE le echa la mano a México, cultura de acopio de envases PET. Programa de limpieza del Cañón del Sumidero. Construcción de 29 escuelas en zonas rurales a través de la Fundación.	Construcción de planta de reciclado de PET grado alimenticio de mayor capacidad en el mundo. 29 años de fomentar el Premio Nacional en Ciencia y Tecnología de Alimentos. Citizenship@Coca-Cola, ciudadano corporativo responsable. 42 Embotelladoras cuentan con la certificación de Industria Limpia. Manifiesto para el Crecimiento para inspirar a los empleados.	Impulso hacia una cultura del cuidado y uso responsable del agua. Iniciativa del World Wildlife Fund-México (WWF) para rescatar las condiciones ambientales en las que se encuentra la cuenca del río Conchos, en el estado de Chihuahua. Reforestación de 500 hectáreas.	Reforestación de 25,000 hectáreas de ecosistemas. Sembrando 30 millones de árboles. Reducción del consumo de agua de 146 millones de litros y 40 millones de kilowatts de energía.	Reforestación de 1,650 hectáreas plantando más de 1.6 millones de árboles. Ahorro de energía por más de 80 millones de kWh. Reciclaje en material suficiente para producir 1,000 millones de botellas. Limpieza de cuerpos de agua, recuperación y reciclado de envases de PET.
---	---	---	---	---	--	---

Fuente: Elaboración con base en los informes de sostenibilidad Coca-Cola (2002, 2003, 2004,) y los Informes de Responsabilidad Social, Coca-Cola (2005, 2006, 2007 y 2008).

En la tabla 1 se puede apreciar que sus acciones inician con participaciones en eventos culturales, programas sociales, inversiones en México, generación de empleo, apoyo a microempresarios, el apoyo al medio ambiente, la sociedad y la organización, obteniendo desde el año 2002 el distintivo ESR y se adhiere al Pacto Mundial desde el año 2006.

División Académica de Ciencias Económico Administrativas

Tabla 2

Acciones de responsabilidad social de Coca- Cola del 2009 al 2015.

Acciones	Acciones	Acciones	Acciones	Acciones	Acciones	Acciones
2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Inversión de 900 millones de dólares en el crecimiento del país.	Apoyo con infraestructura a más de 774,000 microempresarios.	Inversión de más de 1000 millones de dólares el desarrollo económico del país.	Inversión de más de 1000 millones de dólares en el desarrollo del país.	Inversión de más de 1000 millones de dólares en el desarrollo del país.	Inversión de más de 1000 millones de dólares en el desarrollo del país.	Inversión de más de 1000 millones de dólares en el desarrollo del país.
Creación de más de 90,000 empleos formales directos y 800,000 indirectos.	Mejor ambiente laboral. 123 mil empleados y microempresarios capacitados con más de 609 mil horas de cursos.	Generación de más de 93,000 empleos.	Generación de más de 93,000 empleos	Generación de 90,000 empleos directos y 800,000 indirectos.	Generación de 86,000 empleos directos y 1.7 millones indirectos.	Creación de 92 mil empleos directos y 1.7 millones de indirectos
Apoyo al desarrollo de pequeños negocios. Distintivo ESR del CEMEFI.	Desarrollo sustentable de las comunidades. Distintivo ESR del CEMEFI.	129 obras de infraestructura. Apoyo a más de 600 mil pequeños negocios. Distintivo ESR del CEMEFI.	Mejor Práctica de Responsabilidad Social Empresarial 2012 del CEMEFI en la categoría Cuidado y Preservación del Medio Ambiente.	Reducción del 99% de CO2. Fomento al empoderamiento de las mujeres. Distintivo ESR del CEMEFI.	Empoderamiento de más de 38,000 mujeres. Distintivo ESR del CEMEFI.	Pioneros del uso del CO2 como refrigerante natural. Distintivo ESR del CEMEFI.

Impartición de 2 millones de horas de capacitación a más de 142,000 personas.	Utilización de nuevas tecnologías en refrigeración y transporte. Construcción de 45 escuelas y 83 albergues en 26 estados de la República beneficiando a 1.3 millones de personas.	Se procesaron 55000 toneladas de pet. Ahorros de 92 millones de kWh. Promoción de la actividad física.	Ahorro de 42 millones de kWh. 131 proyectos de infraestructura educativa. Promoción de la actividad física.	Mayor reciclador de PET. Ahorro de 4.5 millones de kWh.	Mayor reciclador de PET. Ahorro de 31 millones de kWh.	Mayor reciclador del PET. Más de 9 millones de personas en iniciativas sociales.
Reforestación de 7,700 hectáreas con 7 millones de árboles.	Se reforestaron 20 millones de árboles en 23 estados de la República.	Sembrados más de 31 millones de árboles.	Restauración de más de 48,000 hectáreas.	54 millones de árboles plantados.	Restauración de 57,000 hectáreas.	Programa más grande del mundo en reforestación ecológica.
Inversión de 250 millones de pesos a programas ambientales. Asegurar el reabastecimiento de los mantos acuíferos y conciencia sobre el cuidado del agua.	Reducción del peso de los envases de PET en 25%, 30% en los de aluminio y 50% en los de vidrio	Inversión en tecnologías refrigerantes	Mayor reciclador del PET. Disminución del 28% el uso de agua.	Reducción del consumo de agua un 30%.	Reducción del 99% de emisiones.	Distintivo ESR. Impulso a la educación. Reabastecimiento, reducción y reutilización del agua

División Académica de Ciencias Económico Administrativas

6,600 eventos deportivos, culturales y de Entretenimiento	Código de Conducta Empresarial, el modelo Citizenship@	4,000 eventos deportivos.	4,500 eventos deportivos.	Más de 7,000 eventos. Impulso al bienestar personal.	Política de mercadotecnia responsable.	Programa "Ponte al 100" con ejercicio y nutrición.
	Coca-Cola, Ethics Line y el Programa de Principios Reactores para Proveedores,					
Inversión de 147 millones de pesos en programas sociales beneficiando a de 4.3 millones de mexicanos.	Política de Mercadotecnia Responsable. Promoción de estilo de vida saludable.	Beneficio a más de 4.5 millones de personas con programas sociales.	5 millones de personas beneficiadas por programas sociales.	Beneficio a más de 5 millones de personas con acciones sociales.	6 millones de personas beneficiadas por programas sociales.	Inversión de 15,000 millones de pesos en Programas sociales.

Fuente: Coca-Cola (2009), Coca-Cola (2010), Coca-Cola (2011), Coca-Cola (2012), Coca-Cola (2013), Coca-Cola (2014), Coca-Cola (2015).

En la tabla 2 se aprecian todas las acciones como son las de reforestación del medio ambiente, donde se incrementa año con año el sembrado de árboles, también se observa la disminución de emisiones de carbono, la promoción a las actividades físicas para el bienestar personal y de la comunidad y nuevos programas de responsabilidad social.

Tabla 3

Acciones de responsabilidad social de Coca Cola del 2016 al 2018

Acciones 2016	Acciones 2017	Acciones 2018
282,656 empleos directos generados.	Estrategia integrada: desarrollo de portafolio ganador, transformación del modelo operativo y evolución cultural.	Compromiso con la innovación para la adaptación de nuevos clientes y tendencias de consumo, convirtiéndose en agente de cambio positivo en la sociedad.
\$963 millones de pesos mexicanos invertidos en Nuestro Planeta	Acciones de cambio climático.	100% de electricidad proveniente de fuentes renovables.,
Política Anticorrupción de FEMSA, la cual entra en vigor a partir de 2017.	Mercadotecnia Responsable.	Programa 'top20' para mejorar la eficiencia energética en relación al cambio climático.
Código de Ética de Negocios FEMSA, con el sistema de e Denuncias.	Promoción de hábitos saludables.	Promoción de hábitos saludables.
Desarrollo integral de los colaboradores.	Operaciones sostenibles.	Fomento al empoderamiento de las mujeres. Eliminación de la discriminación.
Minimizar el impacto ambiental	Ética y valores.	Códigos de conducta.
Sistema Inteligente de Automatización y Control de Energía.	Eficiencia en uso de agua en las plantas, acceso al agua y saneamiento en las comunidades y reabastecimiento y fondos de agua.	Agente de cambio positivo promoviendo la diversidad, la inclusión en los lugares de trabajo como en las comunidades locales en donde se opera. Compromiso con la comunidad.
Programa de Desincorporación y Reciclaje de Uniformes. Programa de Manejo Integral de Residuos Tienda.	Eficiencia energética. Reducción de emisiones de manufactura.	Gestión responsable en el uso del agua. Reducción de las emisiones de

División Académica de Ciencias Económico Administrativas

		carbono. Protección al medio ambiente.
Inversión de \$357.3 millones de pesos mexicanos través de diferentes programas e iniciativas.	Movilidad sostenible. Inversión de 27 millones de dólares en programas e iniciativas de seguridad.	99.6% de envases reciclables.
Programas culturales y Fundación FEMSA.	Reciclar, integrar manejo de residuos. Envases PET y seguridad.	13,534 jóvenes y mujeres beneficiados por programas.
Distintivo ESR del CEMEFI y pertenece al Pacto Mundial.	Distintivo ESR del CEMEFI y pertenece al Pacto Mundial.	Distintivo ESR del CEMEFI y pertenece al Pacto Mundial.

Fuente: Elaboración con base en Coca-Cola (2016), Coca-Cola (2017<sup>a</sup>) y Coca-Cola (2018).

En la tabla 3 se refuerzan las acciones de responsabilidad social con una gestión responsable cada vez más fuerte, logrando programas de reciclaje más completos y apoyando al medio ambiente con envases reciclables, programas de abastecimiento y reducción del agua, etc.

## DISCUSIÓN

Debido al manejo de una estrategia integrada como desarrollar un portafolio ganador, transformar su modelo operativo y la evolución de la cultura en cuanto a la concientización, esta compañía va realizando su transformación en la sociedad. En Coca-Cola FEMSA, los gerentes de diversas divisiones participan en la ejecución de la Estrategia de Sustentabilidad cuyo objetivo es fortalecer sus acciones y definir temas económicos, sociales y ambientales (Coca Cola FEMSA, 2018). El área de suministro ejecuta estrategias operativas que garantizan la ejecución de iniciativas ambientales corporativas; el área de Abastecimiento Sostenible asegura la entrega a sus proveedores y en el área de la División de Asuntos Corporativos se realiza la Estrategia de Sustentabilidad, desarrollando estrategias ambientales y coordinando programas comunitarios con un enfoque ambiental. Los lineamientos de su Declaración Ambiental se fundamentan en:

- Cumplir con todas las leyes y regulaciones relevantes relacionadas con el medio ambiente.

- Establecer objetivos a largo plazo para la reducción del impacto ambiental y medir el progreso de forma anual.
- Involucrarse en diversas áreas de la empresa para crear soluciones integradas cuando surgen problemas ambientales en los territorios donde se opera.
- Promover las relaciones con todas las autoridades ambientales para establecer marcos abiertos y cooperativos.
- Divulgación de la información pública sobre compromisos ambientales para promover comunicaciones abiertas y transparentes con sus grupos de interés.
- Promover iniciativas de múltiples partes interesadas para abordar las inquietudes sociales relacionadas con los desechos, la energía y el agua.
- Gestionar planes ambientales alineados con el Código de ética comercial de Coca-Cola FEMSA.

La transformación en la sociedad se debe a que en la organización se monitorea a través del cumplimiento de la Declaración Ambiental, ya que el incumplirlo se considera una violación de al Código de ética comercial y se informa a través de una de las rutas descritas en el Código. De igual manera, sus empleados y proveedores pueden realizar informes confidenciales y anónimos por teléfono, correo electrónico o mensajería instantánea. También son públicas las audiencias The Ethics Line de The Coca-Cola Company, un servicio global de información en línea y telefónico que está disponible en todo el sistema Coca-Cola.

Es por ello que esta organización es exitosa en todas sus acciones de responsabilidad social ya que se regulan sus acciones tanto de forma interna como externa vigilando el cumplimiento de todos los aspectos relacionados a sus códigos para formar parte de un mundo mejor.

## **CONCLUSIONES**

Aunque hace algunos años los materiales como la lata y el pet se consideraban nuevos, esta compañía ha continuado su innovación en materia de empaques, desarrollando nuevos envases, involucrando a los mexicanos en la cultura del reciclado. Esta empresa con más de 90 años en el mercado, pretende dejar un legado de bienestar en el país, con todas las acciones analizadas en las tablas anteriores, formando parte de la vida de muchas generaciones de mexicanos, lo cual está logrando con las acciones de sustentabilidad llevadas a cabo para el cuidado del medio ambiente (The Coca-Cola Company, 2016).

En esta compañía global, a partir del año 2002 se publica un Informe Integrado con información sobre el desempeño ambiental con respecto al uso eficiente del agua, tasa de reabastecimiento, integración de materiales reciclados en paquetes, tasas de reciclaje en las instalaciones, uso de energía limpia y reducción de la huella de carbono, iniciativas ambientales desarrolladas con indicadores ambientales que se divulgan en el Informe Integrado de acuerdo con los Estándares GRI (Global Reporting Initiative) como los indicadores del Suplemento Sectorial para Compañías de Procesamiento de Alimentos de la misma guía en su versión G4, que también son divulgadas (Coca Cola FEMSA, 2018), por lo cual todas las empresas que se encuentran en la industria de bebidas, la deben tomar como ejemplo en su desarrollo y crecimiento en la sociedad.

## REFERENCIAS

Bonilla, F. (2017). Comentarios sobre la responsabilidad social empresarial, el derecho societario y la empresa de grupo. *Universitas*, (134), 21-58.

Castillo, R. (2015). La adaptación de la responsabilidad social empresarial de empresas multinacionales en México: Caso General Motors México. *Cuadernos de Administración*, 31(54), 28-38.

Coca-Cola (2002). *Industria mexicana de Coca-Cola, informe de responsabilidad social, 2002*. Autor. México, Recuperado de: <https://www.coca-colamexico.com.mx/content/dam/journey/mx/es/private/pdfs/informe-de-sustentabilidad-archive/Informe-de-sustentabilidad-Coca-Cola-2002.pdf>

Coca-Cola (2003). *Industria mexicana de Coca-Cola, informe de responsabilidad social, 2003*. Autor. México, Recuperado de: <https://www.coca-colamexico.com.mx/content/dam/journey/mx/es/private/pdfs/informe-de-sustentabilidad-archive/Informe-de-sustentabilidad-Coca-Cola-2003.pdf>

Coca-Cola (2004). *Informe de responsabilidad Social 2004*. Autor. México. Recuperado de: <https://www.coca-colamexico.com.mx/content/dam/journey/mx/es/private/pdfs/informe-de-sustentabilidad-archive/Informe-de-sustentabilidad-Coca-Cola-2004.pdf>

Coca-Cola (2005). *Informe de responsabilidad Social. Sumar para desarrollar*. Autor. México. Recuperado de: <https://www.coca-colamexico.com.mx/content/dam/journey/mx/es/private/pdfs/informe-de-sustentabilidad-archive/Informe-de-sustentabilidad-Coca-Cola-2005.pdf>

Coca-Cola (2006). *Informe de responsabilidad Social. Industria Mexicana Coca-Cola*. Autor. México. Recuperado de: <https://www.coca-colamexico.com.mx/content/dam/journey/mx/es/private/pdfs/informe-de-sustentabilidad-archive/Informe-de-sustentabilidad-Coca-Cola-2006.pdf>

Coca-Cola (2007). *En el camino de la sustentabilidad. Informe de Responsabilidad Social*. Autor. México. Recuperado de: <https://www.coca->

colamexico.com.mx/content/dam/journey/mx/es/private/pdfs/informe-de-sustentabilidad-archive/Informe-de-sustentabilidad-Coca-Cola-2007.pdf

Coca-Cola (2008). *En el camino de la sustentabilidad. Informe de Responsabilidad Social*. Autor. México. Recuperado de: <https://www.coca-colamexico.com.mx/content/dam/journey/mx/es/private/pdfs/informe-de-sustentabilidad-archive/Informe-de-sustentabilidad-Coca-Cola-2008.pdf>

Coca-Cola (2009). *Actitud que hace la diferencia. Industria Mexicana de Coca-Cola. Informe de sustentabilidad*. Autor. México. Recuperado de: <https://www.coca-colamexico.com.mx/content/dam/journey/mx/es/private/pdfs/informe-de-sustentabilidad-archive/Informe-de-sustentabilidad-Coca-Cola-2009.pdf>

Coca-Cola (2010). *Marcando una diferencia Positiva. Informe de Sustentabilidad 2010*. Autor. México. Recuperado de: <https://www.coca-colamexico.com.mx/content/dam/journey/mx/es/private/pdfs/informe-de-sustentabilidad-archive/Informe-de-sustentabilidad-Coca-Cola-2010.pdf>

Coca-Cola (2011). *Sustentabilidad unidos creamos acciones positivas. Informe de sustentabilidad*. Autor. México. Recuperado de: <https://www.coca-colamexico.com.mx/content/dam/journey/mx/es/private/pdfs/informe-de-sustentabilidad-archive/Informe-de-sustentabilidad-Coca-Cola-2011.pdf>

Coca-Cola (2012). *Inspirando grandes historias. Informe de sustentabilidad 2012*. Autor. México. Recuperado de: <https://www.coca-colamexico.com.mx/content/dam/journey/mx/es/private/pdfs/informe-de-sustentabilidad-archive/Informe-de-sustentabilidad-Coca-Cola-2012.pdf>

Coca-Cola (2013). *Trabajando juntos por el bienestar. Informe de sustentabilidad 2013*. Autor. México. Recuperado de: <https://www.coca-colamexico.com.mx/content/dam/journey/mx/es/private/pdfs/informe-de-sustentabilidad-archive/Informe-de-sustentabilidad-Coca-Cola-2013.pdf>

Coca-Cola (2014). *Bienestar integral una huella positiva. Informe de sustentabilidad 2014*. Autor. México. Recuperado de: <https://www.coca-colamexico.com.mx/content/dam/journey/mx/es/private/pdfs/informe-de-sustentabilidad-archive/Informe-de-sustentabilidad-Coca-Cola-2014.pdf>

Coca-Cola (2015). *Comprometidos con el bienestar. Informe de sustentabilidad 2015*. Autor. México. Recuperado de: <https://www.coca-colamexico.com.mx/content/dam/journey/mx/es/private/pdfs/informe-de-sustentabilidad-archive/Informe-de-sustentabilidad-Coca-Cola-2015.pdf>

Coca-Cola (2016). *Integramos la sostenibilidad. Creando acciones con valor*. Autor. México. Recuperado de: <https://www.coca-colamexico.com.mx/content/dam/journey/mx/es/private/pdfs/informe-de-sustentabilidad-archive/Informe-de-sustentabilidad-Coca-Cola-2016.pdf>

Coca-Cola (2017). *Coca-Cola México recibe el reconocimiento de empresa socialmente responsable por decimoséptimo año*. Sala de Prensa. Recuperado de: <https://www.coca-colamexico.com.mx/sala-de-prensa/Comunicados/coca-cola-mexico-recibe-el->

reconocimiento-de-empresa-socialmente-responsable-por-decimoseptimo-ano-consecutivo.

Coca-Cola (2017<sup>a</sup>). *Coca-Cola FEMSA. Transformación integrada*. Autor. México. Recuperado de: <https://www.coca-colafemsa.com/kof2017/es/downloads.html>

Coca-Cola (2018). *Avanzamos. Informe de sostenibilidad*. Autor. México. Recuperado de: <https://www.cocacolaespana.es/content/dam/journey/es/es/private/historia/mucho-mas-que-un-refresco/2019/informe-sostenibilidad-2018/coca-cola-informe-sostenibilidad-2018.pdf>

Coca-Cola Femsa. (2018). *Coca Cola FEMSA*. Recuperado de: <https://www.coca-colafemsa.com/>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* 6<sup>a</sup> Edición. México: Mc Graw-Hill Education

Husted, B. y Matten, D. (2017). Empresas responsables 2017. *Expansión*, (3), 105-114.

The Coca-Cola Company (2016). *90 años de sabor en México: La historia de los embotelladores de Coca-Cola (Primera parte)*. Recuperado de <https://www.coca-colamexico.com.mx/historias/90-anos-de-sabor-en-mexico-la-historia-de-los-embotelladores-de-coca-cola-primera-parte>

The Coca-Cola Company (2019). *22 años impulsando el bienestar de todos: Fundación Coca-Cola*. Recuperado de <https://www.coca-colamexico.com.mx/historias/22-anios-fundacion-coca-cola>.

# LA PERTINENCIA DE LA OFERTA EDUCATIVA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS EN TABASCO

Clara Luz Lamoyi Bocanegra<sup>1</sup>

Edith Georgina Surdez Pérez<sup>2</sup>

María Melina Bermúdez Arana<sup>3</sup>

## RESUMEN

La relación cualificación–empleo ha sido estudiada bajo la hipótesis que un nivel educativo más alto en la escala escolar incrementa las posibilidades de conseguir empleo. Al respecto, organismos internacionales como la OCDE señalan que la formación profesional garantiza a los adultos jóvenes una tasa de empleo más alta que aquellos que han concluido estudios de programas generales. Sin embargo, también señalan que la calidad de la educación superior en México aún no alcanza los estándares que requiere el crecimiento de las empresas y por ende de los empleos, de allí la importancia de preguntarse sobre las condiciones en que se articulan la oferta de profesionales en Administración y Negocios con las necesidades del mercado laboral en Tabasco. El diseño de la investigación fue descriptivo, haciendo uso de estadísticas educativas, informes y microdatos de la Encuesta Nacional de Empleo y Ocupación de los trimestres 2018. Los resultados muestran que el crecimiento en el número de profesionales no es absorbido por el mercado laboral en Tabasco, provocando que se incremente el desempleo en el personal calificado con estudios superiores, por lo que es importante se implemente políticas públicas en este rubro.

**PALABRAS CLAVE:** Mercado de trabajo, educación superior, calidad educativa.

---

<sup>1</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. cluzlamoyi@hotmail.com

<sup>2</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. edith.2109@hotmail.com

<sup>3</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

## INTRODUCCIÓN

La vinculación educación-empleo ha sido estudiada en los ámbitos de la educación y la economía, bajo la hipótesis de que poseer un nivel educativo más alto en la escala escolar incrementa las posibilidades de conseguir trabajo. Esta aseveración puede sustentarse desde los beneficios que trae consigo invertir en capital humano, al permitir a las personas aumentar espacios de opciones y de bienestar (Paz, 2005). Por otro lado, se le atribuye a la formación profesional de calidad, es decir, al desarrollo de competencias, capacidades y habilidades en los egresados, que demanda el mercado de trabajo.

Al respecto, instituciones como la CEPAL-UNESCO, el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo, así como la OCDE señalan que las instituciones de nivel superior de los países latinoamericanos, como México, han generado una baja calidad educativa de los egresados de los centros universitarios, problemática que es considerada como una de las causas que inciden en el cierre de empresas. Las consecuencias se observan en los dos sentidos, por un lado la oferta educativa no es absorbida por el mercado laboral dada la carencia de conocimientos y capacidades de los egresados de educación superior y por otro lado, existe una falta de compromiso del empresario en garantizar el empleo y mantener salarios competitivos (Camarena y Velarde, 2010). Sin embargo, Ize (2019) enfatiza que la baja generación de empleo está asociada al insuficiente crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) en relación con el aumento demográfico que tuvo el país durante el periodo 1990-2016.

Estudios realizados sobre el mercado de trabajo en México muestran que a diferencia del equilibrio entre oferta y demanda de profesionales que se observaba en los noventa, en la actualidad se ha incrementado el número de egresados que están trabajando en puestos que no requieren las competencias desarrolladas durante sus estudios universitarios (Hernández-Laos, 2004), por lo que investigadores como German-Soto, Sánchez y Tenorio (2016) recomiendan la instrumentación de políticas económicas que estimulen una mayor conexión entre la educación superior y los sistemas de producción con el objeto de ir compensando el mercado de trabajo.

Si bien, la problemática señalada anteriormente se presenta en todo el país, ésta se da de manera diferenciada entre las entidades federativas, provocando desigualdades en el desarrollo humano de su población. Lo que se convierte en motivo de reflexión sobre lo que acontece en estados como Tabasco, donde los bajos precios del hidrocarburo y el cierre de empresas han generado las más altas tasas de desempleo del país; y al mismo tiempo se observa un crecimiento considerable en la oferta de profesionales con perspectiva de trabajo.

Desde esta perspectiva, en este trabajo se describen las condiciones en que se articulan la oferta de profesionales en Administración y Negocios con las necesidades del mercado laboral en esta entidad durante el año 2018, con el objeto de proporcionar información que sirva para la toma de decisiones de directivos de las instituciones de educación superior, y de la autoridad educativa local. Si bien, existe información al respecto, esta solamente se muestra de manera aislada, por lo que integrando los datos que proporcionan las estadísticas educativas del nivel superior, así como las que emanan de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, se evidencia que si bien ha crecido el número de personas con estudios superiores, la escasa generación de empleo en la entidad ha incidido en que la mayor proporción de desocupación la tengan las personas que han obtenido algún grado profesional, ya sea de Técnico Superior Universitario, Licenciatura o Posgrado.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Para alcanzar el objetivo propuesto en este trabajo, se utilizó un enfoque cuantitativo, que mide numéricamente las variables bajo un diseño descriptivo (Sierra-Bravo, 1997). Se utilizó una investigación transversal para conocer lo que sucede con la oferta de educación superior en las áreas de Administración y Negocios en Tabasco, dado que se obtuvieron datos de las estadísticas del ciclo escolar 2017-2018 proporcionado por los anuarios que emite la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) con base en los cuestionarios 911.

La variable ocupación fue estudiada con datos de empleo y desempleo de personas que tienen estudios profesionales que proporciona la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) en los cuatro trimestres del año 2018 (INEGI, 2019). Los datos fueron agrupados y analizados haciendo uso de la estadística descriptiva, obteniéndose porcentajes nacionales, por entidad y por nivel académico.

La muestra utilizada para la ENOE 2018 se comportó de la siguiente manera:

- a) En todo el país: primer trimestre (enero-marzo) se visitaron 122,636 viviendas, para el segundo trimestre (abril-junio) 122,604 viviendas, para el tercer trimestre (julio-septiembre) 122,577 viviendas y para el cuarto trimestre (octubre-diciembre) de 122,578 viviendas.

- b) En Tabasco: Primer trimestre los datos se consiguieron con encuestas que se realizaron en 3,609 viviendas en total, las cuales se distribuyeron 2,100 en ciudades auto representativas, 740 complemento rural y 769 en zonas rurales. Segundo trimestre, las viviendas encuestadas fueron 3,610 viviendas; 2,100 en ciudades auto representativas, 740 complemento rural y 770 en zonas rurales. Tercer trimestre, las viviendas encuestadas fueron a nivel estatal 3,608 viviendas; 2,100 en ciudades auto representativas, 740 complemento rural y 768 en zonas rurales. Cuarto trimestre, las viviendas encuestadas fueron a nivel estatal 3,608 viviendas; 2,100 en ciudades auto representadas, 740 complemento rural y 768 en zonas rurales.
- c) Señala este organismo que se entiende como áreas auto representadas las localidades que cuentan con 100 mil y más habitantes.

### Indicadores educativos en Tabasco

Los indicadores educativos de educación superior en Tabasco, durante el periodo 2012 – 2013 al 2017–2018, presentaron ciertas características las cuales se representan en la tabla no.1:

Tabla No. 1

#### Indicadores de la educación superior en Tabasco, periodo 2012-2018

Indicadores educativos / Ciclos escolares	2012 - 2013	2013 - 2014	2014 - 2015	2015 - 2016	2016 - 2017	2017 - 2018
Matrícula	69,555	74,118	75,345	80,906	79,672	78,763
Escuelas	75	101	100	74	74	77
Maestros	5,929	6,426	6,880	7,913	7,733	7,332
Absorción	73%	73%	77%	75%	66%	66%
Abandono escolar	9.9%	11.1%	11.0%	11.4%	11.3%	11.2%
Cobertura (incluye posgrado) (18 años a 23 años)	26.3%	26.9%	27.4%	28.0%	27.6%	27.6%
Cobertura ( no incluye posgrado) (18 años a 22 años)[1]	30.2%	30.9%	31.7%	32.4%	31.9%	31.9%
Cobretura (sin posgrado) (18 a 22 años) [1/2]	33.1%	33.9%	34.4%	36.9%	36.4%	36.4%

Notas: Información de matrícula obtenida através de base de datos de ANUIES. [1] Calculadas con proyecciones de [2] Incluye la modalidad no escolarizada

La matrícula de la educación superior en Tabasco presentó diversas fluctuaciones, en el ciclo 2012 – 2013 se registraron 69,555 alumnos de educación superior en Tabasco, para el siguiente año tuvo un aumento de 6%

Alcanzó su máximo en el ciclo 2015 – 2016 con un total de 80,906 alumnos registrados, después de ese periodo, la matrícula disminuyó casi 3% lo cual representa a 2,143 alumnos.

La tasa de absorción escolar en el ciclo 2012 – 2013 fue de 73%, después se registraría el máximo con 77%, es decir que, de los alumnos que egresan del nivel medio superior casi 23% no continúan sus estudios universitarios.

Durante los ciclos 2016 – 2017 y 2017 - 2018 registraron la menor tasa de absorción representando 66.3%, por lo tanto, el 34% de los estudiantes egresados del nivel medio superior no continuaron estudiando.

La tasa de abandono no presentó muchos cambios en el periodo estudiado, ya que se mantiene en el 11% aproximadamente, por lo cual todavía es manejable dado que el 89% de estudiantes continúan estudiando.

En cuanto a egresados del nivel superior en el ciclo 2015 – 2016, el área con mayor número de egresados fue el área de ciencias sociales, administración y derecho, el cual representó 35.2% del total de egresados; el área de ingeniería, manufactura y construcción representó el 34% del total de egresados y el área de educación que tuvo 10%

En el ciclo 2017- 2018 el área con mayor número de egresados el área de ingeniería, manufactura y construcción con 32.94%, seguido del área de ciencias sociales, administración y derecho el cual representó 27.89% del total de egresados, y el área de salud que representó 13.61% .

## **RESULTADOS**

### **Oferta educativa**

En México, durante el ciclo escolar 2017-2018, en la educación superior, se matricularon un total de 4,561, 792 estudiantes, de los cuales el 84.7% (3, 864,995 estudiantes) cursó algún programa en la modalidad escolarizada, y el 16.3% (696,797 estudiantes) se inscribió en la no escolarizada (línea, mixto o abierto). En Tabasco, este nivel educativo atendió a un total de 82,500 estudiantes, cursando un posgrado tan solo el 4.5% (3,737) de ellos; de acuerdo con el sostenimiento, el 79.7% se inscribió en una institución pública y 20.3% lo hizo en una privada, lo que hace notar la importancia que tiene el financiamiento público en el ámbito educativo en la entidad (SEP, 2018).

De acuerdo con lo señalado por la ANUIES (2018), durante este periodo se registraron en el área de Administración y Negocios un total de 1,027,466 alumnos en el nivel pregrado y posgrado en el país, lo que representó un 22.5% del total de la matrícula de educación superior. En Tabasco, 39 escuelas ofrecen programas en esta área de conocimiento, de las cuales 40%

son instituciones públicas y el 60% restante son privadas, con un total de estudiantes de 13,982 que representan el 16.84% de la matrícula de educación superior en la entidad.

Tabla No. 2

Número de instituciones y estudiantes del área de Administración y negocios en Tabasco. Licenciatura y posgrado por subsistemas ciclo escolar 2017 - 2018

Matrícula						
Subsistemas	No. De Instituciones	Total de matrícula	Licenciatura y TSU	Porcentaje	Posgrado	Porcentaje
Universidad Pública Estatal	1	4,734	4,616	33.0%	118	0.8%
Universidad Pública Estatal con apoyo solidario	1	662	657	4.7%	5	0.0%
Instituto Tecnológico	9	3,556	3,533	25.3%	23	0.2%
Universidad Tecnológica	2	639	639	4.6%	-	-
Universidad Politécnica	2	842	842	6.0%	-	-
Universidad Intercultural	1	93	93	0.7%	-	-
Universidad privada	23	3,456	2,677	19.1%	779	5.6%
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>13,982</b>	<b>13,057</b>	<b>93.4%</b>	<b>925</b>	<b>6.6%</b>

Nota: Elaborada con base a datos del Anuario Estadístico de Educación Superior: Licenciatura y Posgrado. Ciclo escolar 2017 - 2018 (ANUIES 2018)  
TSU= Técnico superior universitario

Con relación al pregrado, en la entidad se imparten cinco programas de técnico superior universitario, 79 de licenciatura y 13 de ingeniería, que pueden agruparse en cuatro grandes áreas con nombres distintos de acuerdo a su enfoque, de la siguiente forma:

- a) Administración y Gestión: Licenciatura en Administración, Administración y Gestión de Empresas, Administración de Empresas Turísticas.
- b) Comercio y Negocios: Licenciatura en Desarrollo de Negocios, Comercio Internacional, Comercio Exterior y Aduanas, Comercio y Finanzas Internacionales y Negocios Internacionales.
- c) Mercadotecnia y Logística: Licenciatura en Mercadotecnia, Mercadotecnia e Innovación de Negocios, Mercadotecnia Internacional, Mercadotecnia y Publicidad Mercadotecnia Operativa, Mercadotecnia y Negocios Digitales, así como la Licenciatura en Logística.

- d) Contaduría y Finanzas: Licenciatura en Contaduría Pública, Contaduría y Finanzas, Contaduría Financiera y Contaduría y Finanzas Públicas.

Tabla No. 3

Matrícula del área de Administración y Negocios de programas de pregrado (Licenciatura, Ingeniería y TSU) por sub-áreas.

Sub-áreas	Hombres		Mujeres		Total	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
Administración y						
Gestión	3,117	23.9%	4,396	33.7%	7,513	57.5%
Contaduría y Finanzas	1,128	8.6%	1,395	10.7%	2,523	19.3%
Mercadotecnia y						
Logística	919	5.9%	1,085	7.1%	2,004	15.4%
Comercio y Negocios						
(internacionales)	368	2.8%	649	5.0%	1,017	7.8%
<b>Total</b>	<b>5,532</b>	<b>42.3%</b>	<b>7,525</b>	<b>57.7%</b>	<b>13,057</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaborada con base a datos del Anuario Estadístico de Educación Superior: Licenciatura y Posgrado. Ciclo escolar 2017 - 2018 (ANUIES 2018). TSU= Tecnico superior universitario

En lo que respecta al posgrado, para el ciclo escolar 2017-2018 se ofrecieron programas de doctorado, maestrías y especialidades, divididos en dos áreas del conocimiento enfocados en rubros como:

- a) Administración y Gestión: Recursos Humanos, Alta Dirección, Ciencias de la Administración, Gestión de Empresas en Específico, Gobierno y Administración Pública. El número de estudiantes inscritos en estos posgrados ascendió a 718, de los cuales el 44.3% son hombres y el 55.7% mujeres.
- b) Negocios y Contabilidad: Finanzas, Finanzas Públicas, Mercadotecnia y Publicidad, Valuación, Impuestos/ Fisco y Contaduría. Los alumnos inscritos en estos tipos de posgrados fueron en total 207, de ellos el 48.8% son hombres y el 51.2% mujeres.

## Ocupación

La contracción económica que se ha presentado en Tabasco durante los últimos seis años, causada principalmente por los bajos precios del petróleo y los cambios establecidos en la Reforma Energética de 2013, ha repercutido en el cierre de empresas provocando pérdidas de empleo en la entidad. Esto se refleja en el crecimiento de la tasa de desocupación durante el año 2018, alcanzando en el cuarto trimestre la mayor tasa de desempleo del país que fue más del doble del promedio nacional (Tabla 4).

Tabla No. 4

### Indicadores de Ocupación y Desocupación de Empleo en Tabasco

Trimestre	Periodo	Tasa de desocupación			Población	
		Nacional	Tabasco	Activa	Ocupada	Desocupada
I	Enero-Marzo	3.20%	7.60%	983,468	908,794	74,674
II	Abril-Junio	3.30%	6.40%	1,023,006	957,811	65,195
III	Julio-Septiembre	3.50%	7.10%	1,007,591	935,835	71,756
IV	Octubre-Diciembre	3.30%	7.90%	1,019,337	939,285	80,052
Promedio Anual		3.30%	7.30%	1,008,351	935,431	72,919

Nota: Elaborado con datos de los resultados de la encuesta nacional de ocupación y empleo por trimestre del año 2018 (INEGI, 2018 y 2019)

Los datos muestran que el crecimiento de la población no tiene una relación directa con el aumento en el empleo. Al realizar un análisis sobre la población ocupada en la entidad por nivel de instrucción, se aprecia que solamente aumentó aquella sin instrucción y con estudios superiores, la cual representó el 19.3% del total en el primer trimestre, para el segundo trimestre incrementó a 19.6% y para el cuarto trimestre alcanzó el 20.84%.

En relación al personal ocupado que cuenta con estudios del área Económico Administrativa se encontró que, del total de personal ocupado, éstos tienen estudios de licenciatura o de técnico superior universitario. Sin embargo, a diferencia del nivel nacional, en Tabasco no se encontró personal empleado con estudios de posgrado en estas áreas.

Tabla No. 5

Población ocupada por nivel de instrucción en Tabasco. Año 2018

Ocupación por nivel de instrucción	Primer trimestre 2018		Segundo trimestre 2018		Cuarto trimestre 2018	
	Nacional	Tabasco	Nacional	Tabasco	Nacional	Tabasco
Sin instrucción	1,890,034	27,276	1,939,470	26,676	1,875,638	33,490
Primaria	13,311,910	219,810	13,204,451	237,722	13,110,942	217,051
Secundaria y media superior	26,515,321	485,649	27,116,820	504,654	27,632,843	492,570
Superior	11,111,050	176,059	11,473,596	188,390	11,527,189	195,812
No especificado	48,601	0	50,920	369	47,996	362
<b>Población total</b>	<b>52,876,916</b>	<b>908,794</b>	<b>53,785,257</b>	<b>957,811</b>	<b>54,194,608</b>	<b>939,285</b>

Nota: Elaborado con datos de los resultados de la encuesta nacional de ocupación y empleo por trimestre del año 2018 (INEGI, 2018 y 2019)

Sin embargo, la tasa de desocupación muestra que la mayor proporción de personas que no tuvieron empleo en el último trimestre de 2018 fueron aquellos que tienen estudios superiores que alcanzó el 34%. En este rubro, si comparamos la proporción de desocupados del año 2000-II con las de 2018-II, se puede apreciar que, durante el periodo de 18 años, se pasó de tener 17% de las personas económicamente activas que han tenido la oportunidad de estudiar una profesión sin un empleo a alcanzar el 26% en esta situación en la entidad (Figura 1).

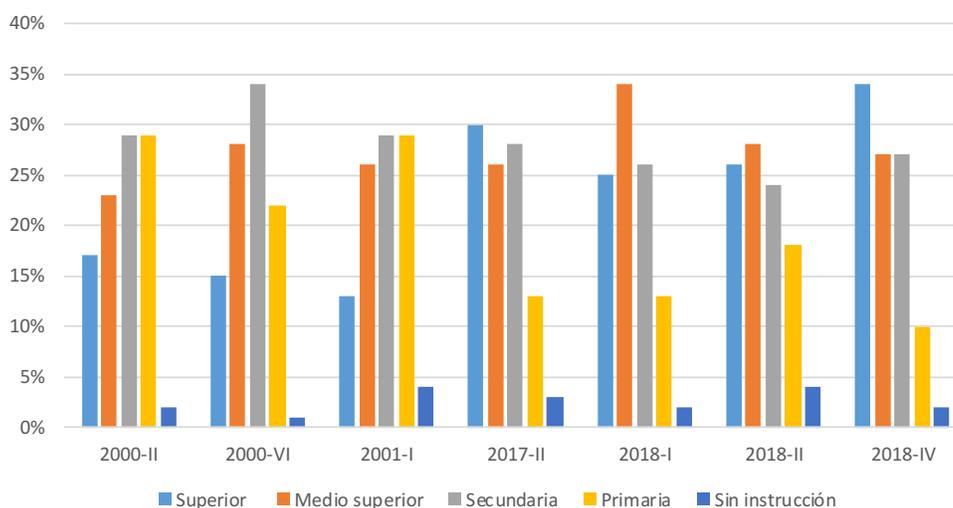


Figura 1. Evaluación de indicadores laborales. Desocupación por niveles de instrucción (ENOE)

Fuente: Elaborado con datos de los informes laborales de la Secretaría de empleo y productividad laboral año 2018

## **DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN**

Es importante subrayar que en el ámbito educativo y de ocupación y empleo, la entidad presenta grandes contrastes. Si bien, la población de 15 años y más ha incrementado sus niveles educativos logrando un promedio de escolaridad de 9.3 años, que equivale a poco más de secundaria concluida (INEGI, 2015), la calidad de los aprendizajes que muestran los jóvenes de secundaria y nivel medio superior, en pruebas estandarizadas como PLANEA 2017 y 2018, sugieren la necesidad de realizar cambios en el Sistema Educativo Estatal que impulsen mejores niveles de aprovechamientos en los educandos.

Sin duda, aprendizajes sólidos en los egresados de la media superior coadyuvaría para que, a su ingreso a la educación superior, transiten con éxito hasta obtener su título profesional, al mismo tiempo que se garantizaría una mejor formación con las competencias que requiere el mercado laboral en la entidad, como capacidad de innovación, trabajo en equipo, destrezas en leguaje oral y escrito, habilidades para toma de decisiones, capacidad de análisis y espíritu emprendedor.

Los indicadores de la educación superior también son discordantes. Por un lado, la entidad logró niveles de cobertura del 31.5% para el ciclo escolar 2017-2018, cifras muy semejantes a la media nacional que fue del 33%; sin embargo, el abandono escolar alcanzó los 11.2%, muy superior al promedio nacional (6.8%). Lo que indica la poca eficiencia de este nivel educativo en el estado y los retos que se tienen para que la educación se convierta en un eje de desarrollo.

Aunado a lo anterior, se puede observar que se han hecho esfuerzos importantes para incrementar la matrícula de educación superior en el área de Administración y Negocios a nivel licenciatura; no obstante, la matrícula de posgrados solo representa menos del 7% del total, por lo que la formación de masa crítica, en esta área de conocimiento no es suficiente para innovar e impulsar el crecimiento de un mayor número de empresas que generen empleo en la entidad.

Por otro lado, el aumento no regulado de instituciones de educación superior privadas que ofrecen los programas de contaduría y administración que, a pesar de tener egresados, no han sido evaluados por alguno organismo acreditador, lo cual incide para que el 20.6% de los matriculados se formen sin los criterios de calidad como son la pertinencia, suficiencia e idoneidad. En el caso del posgrado, solamente dos posgrados de esta área figuran en el Padrón del Programa Nacional de Posgrado de Calidad del CONACYT, como Programas de Nueva Creación.

En cuanto a la ocupación de estos profesionales, se visualiza un panorama poco alentador. La población económicamente activa se ha incrementado en la entidad, se observa un crecimiento en el número de trabajadores con estudios superior, pero el crecimiento de la demanda laboral no ha sido suficiente para absorber el número de egresados de las instituciones de educación superior de la entidad, provocando que un mayor porcentaje de la población económicamente activa, que tiene un título profesional, no tenga empleo.

Los datos encontrados corroboran lo señalado por German-Soto et al (2016) en cuanto a la carencia de vinculación entre las instituciones de educación superior del país y el mercado laboral coadyuvando a una mayor tasa de desempleo en la entidad que duplica el promedio nacional.

## **PROPUESTAS**

De acuerdo con lo vertido anteriormente, cobra importancia:

- a. Se sugiere que la regulación de calidad de los programas del área Administrativa y de Negocios se realice a través de la Comisión Estatal Para la Planeación de la Educación Superior (COEPES)
- b. Que se implemente políticas de evaluación externas tanto en instituciones públicas como privadas.
- c. Se establezca lazos de cooperación entre las universidades u otras escuelas con el sector empresarial.
- d. Se refuercen los programas de emprendedurismo con los que cuentan las universidades para propiciar que los egresados se auto empleen.
- e. Realizar estudios de mercado y de factibilidad para ofrecer los programas educativos que requieren los estudiantes, pero también el mercado laboral.
- f. Las IES deben realizar certificaciones de competencias de sus egresados para elevar su competitividad en el mercado laboral.

## REFERENCIAS

- ANUIES. (2018). Información estadística de educación superior. Recuperado de <http://www.anui.es.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior>
- Camarena, B. y Velarde, D. (2010). Educación superior y mercado laboral: vinculación y pertinencia social ¿Por qué? y ¿para qué?. *Estudios Sociales: Revista De Investigación Científica*, (17), 106–125.
- German-Soto, V., Sánchez, E. y Tenorio, L. (2016). On the skill premium hypothesis in Mexico: an analysis by scientific area. *Estudios de Economía Aplicada*, 34(2), 353-378. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30146038004>
- Hernández, E. (2004). Panorama del mercado laboral de profesionistas en México. *Economía UNAM*, 1(2), 98–109. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-952X2004000200008&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-952X2004000200008&lng=es&tlng=es)
- INEGI. (2015). Información por entidad. Tabasco. Educación. Recuperado de <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/tab/poblacion/educacion.aspx?tema=me&e=27>
- INEGI. (2019). Encuesta nacional de ocupación y empleo (ENOE), población de 15 años y más de edad. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/>
- Ize, A. (2019). Una nota sobre el crecimiento de Mexico. *Estudios Económicos*, 34(1), 123–155. Recuperado de <https://estudioeconomicos.colmex.mx/archivo/EstudiosEconomicos2019/123-155Alain.pdf>
- Paz, J. A. (2005). Educación y mercado laboral. Revisión de la literatura y algunos hechos para la Argentina. *Documentos de Trabajo*, (313), 1-41. Recuperado de <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=13&sid=2f1cbf8f-0474-4c4c-ad03-a6a273bacb2a%40sessionmgr4006>
- SEP. (2018). *Principales cifras del sistema educativo nacional 2017 - 2018*. Recuperado de [https://www.planeacion.sep.gob.mx/Doc/estadistica\\_e\\_indicadores/principales\\_cifras/principales\\_cifras\\_2017\\_2018\\_bolsillo.pdf](https://www.planeacion.sep.gob.mx/Doc/estadistica_e_indicadores/principales_cifras/principales_cifras_2017_2018_bolsillo.pdf)
- Sierra-Bravo, R. (1997). *Técnicas de Investigación Social. Teoría y Ejercicios* 14ª ed. Madrid: Paraninfo.

# LA ALTERNANCIA EN TABASCO: ELECCIONES 2012-2018

Jenner Torrez Vázquez<sup>1</sup>

Beatriz Pérez Sánchez<sup>2</sup>

## RESUMEN

En el capítulo se exponen las condiciones políticas y electorales que propiciaron que en Tabasco se presentara la alternancia en 2012 con el Partido de la Revolución Democrática, y en 2018 con el partido del Movimiento de Regeneración Nacional, en ambos casos, con la victoria en los procesos electorales para elección del gobernador, conformación del legislativo local y las presidencias municipales, a partir de los cuestionamientos al gobierno en turno por los resultados en generación de empleo y crecimiento económico.

**PALABRAS CLAVES:** Transición Democrática, Alternancia, Tabasco, Partidos Políticos

## INTRODUCCIÓN

En México, en el año 2000, tras 71 años de victorias consecutivas del Partido Revolucionario Institucional (PRI), en las elecciones presidenciales, el Partido de Acción Nacional (PAN) obtuvo la mayoría de los votos, no obstante el PRI conservó la mayoría simple en el Cámara de Diputados y una importante proporción de senadores, mantuvo también la mayoría de los congresos locales, gubernaturas y municipios, dando lugar a una discusión sobre si representaba el inicio de la transición democrática o su conclusión (Merino, 2003).

Para Woldenberg (2012) y Peschard (2013) la transición democrática adquiere su génesis en la reforma de 1977; y consideran que para 1997 ya estaban constituidas las bases institucionales para garantizar la competencia, condición necesaria para la construcción democrática.

---

<sup>1</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. jenner.torrez@gmail.com

<sup>2</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. beatrizperez10@hotmail.com

Asumen que la alternancia en la presidencia en el 2000 fue posible porque la transición ya estaba concluida, desde su análisis, su fin se ubicó en las elecciones de 1997 cuando el PRI perdió por primera ocasión la mayoría absoluta en la Cámara de Diputados, y la oposición ganó el gobierno del Distrito Federal bajo las siglas del Partido de la Revolución Democrática (PRD).

En el marco de la reforma de 2008 a la constitución estatal en materia electoral y la derogación del Código Electoral que se sustituyó por la Ley Electoral del Estado de Tabasco (Bravo y Martínez, 2014), en Tabasco, 12 años después a lo ocurrido a nivel nacional, la alternancia en la elección del ejecutivo estatal, y en la conformación del legislativo, se presentaron por primera ocasión en las elecciones de 2012 al ganar el Partido de la Revolución Democrática (PRD) frente a 76 años de gobiernos emanados del Partido Revolucionario Institucional (Martínez, 2014).

En 2018 el partido del Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA) triunfó en las elecciones a gobernador y las diputaciones locales, ocurridas posteriormente a la reforma electoral de 2014 a nivel federal y estatal, con lo cual se experimentó por segunda ocasión la alternancia en el estado.

## **OBJETIVOS Y METAS**

### **Objetivo**

Identificar las condiciones políticas y electorales que influyeron en los procesos electorales en el estado de Tabasco de 2012 a 2018, que propiciaron que el PRD y MORENA obtuvieran la victoria y la alternancia.

### **Metas**

Difundir los resultados de investigación ante la comunidad académica y científica a través del presente capítulo, que forma parte de los resultados de una investigación más amplia sobre el financiamiento a los partidos políticos en Tabasco.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

El método aplicado al presente trabajo de investigación es de tipo documental con alcance descriptivo, se apoya en fuentes bibliográficas del pensamiento político mediante la revisión de diferentes autores, se consultó la estadística electoral, para los procesos de 2012, 2015 y 2018, del Instituto de Elección y Participación Ciudadana de Tabasco (IEPCT) y se analizaron los cambios legislativos que incidieron en la competencia en Tabasco durante el periodo definido.

## **RESULTADOS**

En la democracia representativa, las elecciones representan el elemento central de su construcción dado que a partir de promover la participación política de la población se designan a los gobernantes (Nohlen, 1998).

Para ello, se ha establecido que los partidos políticos generaron los mecanismos de acceso al poder para los ciudadanos (Sartori, 1987), se asume que el desarrollo democrático procede de la consolidación del sistema de partidos que exponga pluralidad (Duverger, 1984), pero alcanzar este objetivo implica una serie de transformaciones a las leyes generales y electorales para establecer las condiciones necesarias para los partidos en un régimen democrático.

### **Elección 2012**

La reforma electoral estatal de 2008 se aplicó durante las elecciones de 2012 por segunda ocasión en la conformación del legislativo y los ayuntamientos y por primera vez en la elección de gobernador.

Se sustituyó el Código Electoral por la Ley Electoral del Estado de Tabasco que incorporó: la obligación para que se postularan fórmulas de mujeres como propietarias y suplentes, la reducción de los periodos de precampaña y campaña, la prohibición a partidos, candidatos y particulares de contratar tiempos en radio y televisión para difusión de spots y una nueva fórmula de cálculo de asignación del financiamiento público (Hernández y Medina, 2011).

En 2011 se promovió la homologación con las elecciones federales realizada por decreto. El Congreso del estado dispuso que las elecciones locales que en origen se celebraban la tercera semana de octubre se realizaran desde entonces concurrentes con la federal, fijada para el primer

domingo de julio de 2012. Y el congreso local aprobó una nueva distribución de los distritos en el estado, la asignación de diputaciones en los 21 distritos locales se realizaría con base en la población, en sustitución del criterio territorial (Hernández y Caballero, 2012).

De tal forma que, para la elección del 1 de julio, además de las elecciones federales para presidente de la república, senadores y diputados federales se renovaron la gubernatura, las 17 presidencias municipales y los 21 distritos locales.

A la campaña electoral de 2012 concurren tres fuerzas políticas en forma similar a las elecciones federales, 1) el Partido Revolucionario Institucional (PRI) compitió con la coalición Compromiso por Tabasco con el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y el Partido Nueva Alianza con el candidato Jesús Alí de la Torre, 2), el Partido de la Revolución Democrática (PRD) con la coalición Movimiento Progresista por Tabasco, el Partido del Trabajo (PT) y Movimiento Ciudadano (MC) con Arturo Núñez Jiménez; y 3) Gerardo Priego con el Partido Acción Nacional (PAN) (Garfias, 2012). Al finalizar el cómputo de los distritos los votos se distribuyeron de la siguiente forma: 547 663 para Arturo Núñez; 466 499 para Jesús Alí; y 50 672 para Gerardo Priego, de tal forma que el ganador resultó Núñez con el 50.41 % de la votación sobre Alí con el 42.94 %, es decir, una diferencia de 7.47 %.

En la integración del congreso local el partido que ocupó mayores espacios fue el PRD con 21 diputados: 18 de mayoría relativa y tres de representación proporcional; el PRI con ocho: tres de mayoría relativa y cinco por representación proporcional; el PAN: dos de representación proporcional y los partidos PVEM, PANAL, MC, PT alcanzaron un diputado por la vía de la representación proporcional.

En las alcaldías, la coalición integrada por el PRD, PT y MC obtuvo la mayor cantidad de votos en 10 municipios: Cárdenas, Centla, Centro, Comalcalco, Cunduacán, Huimanguillo, Jalpa de Méndez, Macuspana, Nacajuca y Tacotalpa, mientras que la coalición de PRI, PVEM y PANAL obtuvo la victoria en siete: Balancán, Emiliano Zapata, Jalapa, Jonuta, Paraíso, Teapa y Tenosique (IEPC Tabasco, 2012).

La coalición Movimiento Progresista por Tabasco durante el proceso de 2012 obtuvo la gubernatura, 10 presidencias municipales de 17 y 18 de 21 distrito locales.

## **Elección 2015**

En 2014 en el estado se planteó la reforma electoral que derivó en la emisión de la Ley Electoral y de Partidos Políticos del Estado de Tabasco, que permite las candidaturas comunes entre dos o más partidos políticos para postular candidatos en los diferentes cargos electivos, sin tener que mediar un convenio de coalición (Martínez, 2015).

Además de la postulación de candidatos independientes en el ámbito local se circunscribió a uno sólo por cada cargo, que sería aquel que obtuviese el mayor número de firmas de apoyo en el escenario de existir el interés de dos o más aspirantes.

En las elecciones intermedias de 2015, se renovó el congreso local y los 17 ayuntamientos. La conformación de la Cámara de Diputados local evidenció una disminución en la integración del PRD dado que durante este proceso obtuvo 13 diputados: 11 por mayoría relativa y dos de representación proporcional, el PRI mantuvo el número de diputados respecto a la elección anterior, no obstante, cuatro fueron elegidos por mayoría simple y cuatro por la vía plurinominal, el PAN obtuvo un diputado por mayoría relativa y dos de representación proporcional, el PVEM: cinco diputados; tres de mayoría simple, el PT y MC obtuvieron un diputado por la vía plurinominal (IEPC Tabasco, 2015).

En este proceso participaron tres nuevos partidos nacionales que obtuvieron su registro en 2014: el Partido Humanista (PH), el Partido Encuentro Social (PES) y Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA), este último obtuvo cuatro escaños: dos de mayoría relativa y dos de representación proporcional, mientras que los otros dos junto al PANAL no obtuvieron diputados.

En la integración de los ayuntamientos, derivado de la reforma electoral el PRD compitió en alianza en algunos municipios con el PANAL y registró victorias en 7 municipios: Balancán, Cárdenas, Centro, Jalapa, Jalpa de Méndez, Jonuta, y Paraíso, mientras que en Cunduacán y Huimanguillo compitió de forma solitaria y obtuvo la mayoría de votos, el PRI ganó en cuatro alcaldías: Centla, Macuspana, Tacotalpa y Tenosique, el PVEM en dos: Emiliano Zapata y Teapa, el PAN ganó en Nacajuca y Morena en Comalcalco.

En el municipio del Centro, derivado de las irregularidades sustanciales y graves en el manejo de los paquetes electorales, número de casillas instaladas, contradicciones en los resultados de las actas y el cómputo, falta de documentación y violaciones al cómputo distrital, el

16 de diciembre, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, resolvió la nulidad de la elección de presidente municipal y regidores del ayuntamiento de Centro, y se ordenó al congreso local convocara a elecciones extraordinarias.

Además, se ordenó al congreso local que convocara a elecciones extraordinarias y nombrara un Consejo Municipal que se encargara de la administración del ayuntamiento de Centro. El 23 de diciembre se emitió la convocatoria para elecciones extraordinarias (Periodico Oficial de Tabasco, 2015). La jornada electoral se celebró el 13 de marzo de 2016 en donde el PRD y PT obtuvieron la victoria con el 43.16 % de la preferencia del voto, sobre el 24.54 % de la alianza del PRI, PVEM y PANAL y el 25.5 % de MORENA (IEPC Tabasco, 2015).

### **Elección 2018**

En la jornada electoral del 1 de julio de 2018 se renovó la gubernatura, 21 distritos locales por mayoría relativa y 14 distritos de representación proporcional y los 17 ayuntamientos y concurren tres grandes fuerzas políticas: 1) la coalición por Tabasco al Frente integrada por PRD, PAN y MC con Gerardo Gaudiano Roviroso como candidato; 2) la coalición Juntos Haremos Historia por MORENA, PT y PES con Adán Augusto López Hernández, y 3) por el PRI con Georgina Trujillo Zentella. Además de Manuel Paz Ojeda por el PANAL y Jesús Alí de la Torre por la vía independiente, el PVEM retiró semanas antes la postulación a Óscar Cantón Zetina, tras declarar públicamente su apoyo al candidato presidencial de la Coalición MORENA, PT y PES.

Tras el cómputo final de las actas el candidato que más votos obtuvo fue Adán Augusto con el 61.37 % de la preferencia, seguido de Gerardo Gaudiano con 19.57 % y Georgina Trujillo con 11.60 % (IEPC Tabasco, 2018).

Tabla 1

Resultados electorales por candidatura

Candidato	Votos obtenidos	Porcentaje
Gerardo Gaudiano Roviroso	233 675	19.57
Adán Augusto López Hernández	732 743	61.37
Georgina Trujillo Zentella	138 588	11.60
Manuel Paz Ojeda	12 392	1.03
Jesús Alí de la Torre	23 235	1.95

Fuente: Elaboración propia con base en la estadística electoral.

En la integración del legislativo local, Morena obtuvo la victoria en los 21 distritos locales por el principio de mayoría relativa y por tanto de acuerdo con la ley electoral del estado que establece en el artículo 17 fracción IV ningún partido político podrá contar con más de 21 diputados por los principios de mayoría relativa y proporcional no le corresponde diputación plurinominal (Congreso de Tabasco, 2014). De acuerdo con el principio de representación proporcional las 14 diputaciones plurinominales se distribuyeron: seis para el PRD, cinco para el PRI y tres para el PVEM, y MC, PAN, PT, PES PANAL al no alcanzar la votación mínima de 3 % no obtuvieron diputados de representación proporcional.

En las elecciones municipales, MORENA obtuvo la victoria en 15 de los 17 ayuntamientos: Balancán, Cárdenas, Centla, Centro, Comalcalco, Cunduacán, Huimanguillo, Jalapa, Jalpa de Méndez, Macuspana, Nacajuca, Paraíso, Tacotalpa, Teapa y Tenosique; mientras que el PVEM ganó en Emiliano Zapata y en Jonuta el PRD.

La coalición Juntos Haremos Historia obtuvo durante el proceso de 2018: la gubernatura, 15 presidencias municipales de 17 y los 21 distritos locales.

## **DISCUSIÓN**

El análisis regional de los cambios en la legislación, proceso y resultados electorales evidencia la reconfiguración del sistema político a nivel estado en este caso, Tabasco, que identifica el reajuste de las fuerzas políticas. De 2012 a 2018, el control político ha transitado por tres partidos políticos diferentes: en 2012 el PRI fue derrotado por el PRD y para 2018 el PRD fue vencido por MORENA.

## **CONCLUSIONES**

La geografía electoral en 2012 se modificó a partir de la victoria del PRD en la gubernatura, 10 alcaldías y 18 distritos locales, no obstante, en 2015 solo obtuvo 9 alcaldías y 11 distritos locales, lo que representó una disminución de la preferencia del voto.

En 2018, el PRD disminuyó drásticamente su participación política ya que además de perder la gubernatura solo obtuvo una alcaldía y las 6 diputaciones obtenidas fueron bajo el principio de representación proporcional.

Morena es el partido que presenta mayor crecimiento, en 2018 obtuvo la gubernatura, 15 alcaldías y las 21 diputaciones obtenidas fueron por el principio de mayoría relativa, que contrasta

con lo obtenido en 2015 cuando solo obtuvo dos diputaciones por esa vía, más dos de representación proporcional y obtuvo la victoria en un ayuntamiento.

La preferencia electoral por el PRI se ha visto reducida en el periodo: en 2012 perdió la gubernatura y ganó solo tres diputaciones por el principio de mayoría relativa y siete alcaldías, en 2015 fueron cuatro diputaciones por el mismo principio y cuatro alcaldías, y para 2015 las cinco diputaciones obtenidas fueron por el principio de representación proporcional y no logró obtener victorias en las elecciones municipales.

## REFERENCIAS

- Bravo, M. y Martínez, G. (2014). *Política, partidos políticos y elecciones en México. Historias regionales 1980-2013*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Congreso de Tabasco. (2014). *Ley electoral y de partidos políticos del estado de Tabasco*. Recuperado de [http://www.iepct.org.mx/docs/marco\\_legal/Ley\\_Electoral\\_y\\_de\\_Partidos\\_Politicos\\_del\\_Estado\\_de\\_Tabasco.pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/marco_legal/Ley_Electoral_y_de_Partidos_Politicos_del_Estado_de_Tabasco.pdf)
- Duverger, M. (1984). *Los partidos políticos*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Garfias, B. (2012). ¿Por qué perdió el PRI en Tabasco?. *El Cotidiano*, (175), 59-68.
- Hernández, C. y Caballero, R. (2012). Tabasco: la alternancia esperada. En P. Becerra y M. S. Larrosa, *Elecciones y partidos políticos en México*. México: Universidad de Guadalajara.
- Hernández, M. y Medina, L. (2011). Elecciones en Tabasco 2009. En M. Larrosa y Santiago, *Elecciones y partidos políticos en México 2012* (págs. 542-567). México: Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa.
- IEPC Tabasco. (2012). *Resultado electoral 2012*. Recuperado de [iepct.org.mx/docs/estadistica\\_electoral.zip](http://iepct.org.mx/docs/estadistica_electoral.zip)
- IEPC Tabasco. (2015). *Proceso electoral 2014-2015*. Recuperado de [http://iepct.org.mx/estadistica\\_electoral/pagina/index.html](http://iepct.org.mx/estadistica_electoral/pagina/index.html)
- IEPC Tabasco. (2015). *Proceso electoral extraordinario 2015-2016*. Recuperado de [http://iepct.org.mx/estadistica\\_electoral\\_extraordinaria/pagina/index.html](http://iepct.org.mx/estadistica_electoral_extraordinaria/pagina/index.html)
- IEPC Tabasco. (2018). *Proceso electoral local ordinario 2017-2018*. Recuperado de <http://iepct.mx/estadistica/2018/eleccion/index.html>
- Martínez, G. (2014). Elecciones y alternancia en Tabasco 2012. Crónica de una alternancia anunciada. En G. López, R. Mirón y F. Reveles, *Los estados en 2012: Alternancia y hegemonías* (págs. 233-260). México: FCPys UNAM.
- Martínez, G. (2015). Elecciones intermedias locales en Tabasco en 2015. La fragmentación del voto en el gobierno de la alternancia. En R. M. Mirón, *Los estados en 2015. Resultados y alcances de la reforma político-electoral 2014* (págs. 367-387). México: UNAM/IEDF/TEDF.
- Merino, M. (2003). *La transición votada. Crítica a la interpretación del cambio político en México*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Nohlen, D. (1998). *Sistemas electorales y partidos políticos*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Periódico Oficial de Tabasco. (24 de diciembre de 2015). *Orden jurídico*. Obtenido de <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Tabasco/wo109832.pdf>
- Perschard, J. (2013). Transición democrática, conflictividad política y la herida de la desconfianza. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 58(218), 271-276.
- Sartori, G. (1987). *Partidos y sistemas de partidos. Marco para un análisis*. España: Alianza Editorial.
- Woldenberg, J. (2012). *Historia mínima de la transición democrática en México* (Primera ed.). México: El colegio de México.

# FOMENTO DEL CAPITAL SOCIAL COMO ALTERNATIVA AL DESEMPLEO. ESTUDIO DE OPINIÓN UNIVERSITARIA

José Félix García Rodríguez<sup>1</sup>

Aída Beatriz Armenta Ramírez<sup>2</sup>

Germán Martínez Prats<sup>3</sup>

Roberto Esli Manuel Ramírez Romero<sup>4</sup>

## RESUMEN

El capital social influye en el desarrollo socioeconómico y el bienestar de las personas. Muchos países han logrado por medio del capital social hallar respuesta a los problemas de desempleo entre su juventud. En México, de una población de 119.6 millones, el 25.7% son jóvenes, lo que representa un importante bono demográfico, mismo que es desaprovechado debido a la adversa situación económica y social que enfrentan. El objetivo de la investigación es describir la relación que existe entre el capital social y la situación de desempleo entre la juventud mexicana, tomando como referencia la opinión de los estudiantes de una universidad pública del sureste de México. Se desarrolló una investigación con enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y transversal, encontrándose que existe un bajo nivel de cohesión social y de cooperación y ayuda mutua entre la población entrevistada, factores que limitan el aprovechamiento del capital social para efectos de empleo juvenil.

**PALABRAS CLAVE:** Capital social, redes sociales, desempleo, bono demográfico

---

<sup>1</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. jfgr55@hotmail.com

<sup>2</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. handel91@gmail.com

<sup>3</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. germanmtzprats@hotmail.com

<sup>4</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

## INTRODUCCIÓN

No existe una definición precisa de capital social; sin embargo, la literatura especializada establece diversas aproximaciones y enfoques que permiten entender el capital social como una función de la estructura social con que cuenta un individuo para producir un beneficio. Así, Bourdieu (1998) lo conceptualiza como la suma de los recursos de que dispone un individuo o un grupo en virtud de su posicionamiento en una red social. Para Putman (2002), el capital social se refiere a las características de la organización social como la confianza, normas, y redes que pueden mejorar eficientemente la sociedad por acciones facultades y coordinación entre los individuos.

México se caracteriza por contar con una población predominantemente joven. Así, de acuerdo a la Encuesta Intercensal 2015 del Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI, 2017), de una población total de 119 millones 530 mil 753 habitantes, 30.6 millones son jóvenes, grupo etario constituido por la población de 15 a 29 años de edad, lo que representa el 25.7 % de la población total del país. Ello representa un importante bono demográfico para impulsar el crecimiento económico y desarrollo social. Lejos de ello, en México los jóvenes constituyen un grupo vulnerable que enfrenta una compleja problemática social y económica caracterizada por el desempleo, la falta de oportunidades y acceso a la educación, salud y otros satisfactores básicos del bienestar.

En el estado de Tabasco, México, esta situación se convierte en una verdadera preocupación, ya que es la entidad con la más alta tasa de desempleo en el país, alcanzando una cifra del 7.3 % durante los últimos años (INEGI, 2017). Ello debido entre otras causas, a la crisis petrolera y la falta de crecimiento y diversificación de su economía, así como las limitaciones de su mercado de trabajo, incapaz de absorber en su totalidad la oferta de mano de obra calificada y no calificada que está disponible y en condiciones de trabajar. Esto aunado a las condiciones laborales precarias, los bajos salarios, y las condiciones de inseguridad y rezago económico y social. Por ello, es urgente investigar las causas profundas de la situación de desempleo que aquejan a la juventud mexicana. La experiencia de otros países apunta a la importancia del capital social y las redes sociales como atenuantes del desempleo y rezago social prevaleciente entre los jóvenes.

## **Capital social**

La caracterización y construcción teórica de la noción de capital social tiene una perspectiva teórica predominantemente sociológica (Portes, 1999). En líneas generales, se pueden distinguir dos aproximaciones de estudio. La primera se refiere a la discusión sobre la insuficiencia del modelo de desarrollo imperante para generar bienestar social. La segunda perspectiva de análisis plantea un cuestionamiento más profundo, estableciendo que lo que se encuentra en crisis es la propia naturaleza y, por tanto los paradigmas subyacentes al concepto de desarrollo y la lógica de mercado estrechamente asociada a él. Desde este punto de vista, la tesis es que ningún nuevo concepto o enfoque que tienda a introducirse como otra dimensión del desarrollo, sin un análisis crítico al modelo de desarrollo vigente, puede colaborar efectivamente al logro de mayor equidad económica y social (Dávila, 2013).

A fines de la década de los setenta, las principales teorizaciones sobre la noción de capital social corresponden a Bourdieu (1980) y Loury (1977, 1981). Desde la sociología de la cultura, el primero sistematiza el concepto desde un abordaje fundamentalmente instrumental, centrándose en los beneficios que reciben los individuos, en función de su participación en grupos y en la construcción deliberada de la sociabilidad con el objetivo de crear ese recurso. A finales de los años ochenta y principios de los noventa, la construcción teórica del concepto adquiere real visibilidad en el debate sobre el desarrollo. Es así que a partir del trabajo desarrollado por Loury, se profundiza en el análisis del rol del capital social en la generación de capital humano. En la década de los noventa, Putnam (2002) es uno de los teóricos que alcanza más notoriedad en este campo de estudio, y es quien desarrolla formalmente el concepto de capital social, asumiendo que éste se halla compuesto fundamentalmente por el grado de confianza existente entre los actores de una sociedad, las normas de comportamiento cívico practicadas y el nivel de asociatividad que caracteriza a esa sociedad, y que estos elementos evidencian la riqueza y la fortaleza del tejido social interno.

Por su parte, Fukuyama (citado en Zumbado, 1998), va más allá y habla del asociacionismo horizontal y vertical e integra varias teorías en sus planteamientos sobre el capital social. Su enfoque destaca lo que él denomina las virtudes sociales de una sociedad o grupo. Su propósito es explicar cómo a partir de ellas se crea prosperidad económica, pues considera que la vida económica de una nación, simultáneamente refleja y modela el entorno. Indica que las instituciones políticas y económicas dependen de una sociedad civil dinámica y activa.

Es difícil establecer una definición puntual del constructo capital social, dada su naturaleza multidisciplinaria y compleja, hecho en el que la mayor parte de la comunidad científica que se dedica a su estudio está de acuerdo. De esta manera, tanto Bourdieu (1987) como Putman (2002), llevan a cabo amplias referencias al capital social como un atributo estrechamente ligado a grupos sociales, colectividades y comunidades, en el cual las instituciones juegan un rol fundamental.

Así, para Bourdieu (1980), capital social constituye el conjunto de recursos reales o potenciales ligados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de reconocimiento común. Como puede apreciarse, Bourdieu pone énfasis en las redes sociales y en la necesidad de impulsar institucionalmente las relaciones grupales dentro de una comunidad. En este sentido, el capital social se integra por el conjunto de recursos socio-estructurales, mismos que representan un activo de capital y facilitan las acciones de los individuos que conforman dicha estructura. En este contexto, Putnam (2002) menciona que el capital social se constituye con los elementos de las organizaciones sociales, como son redes, normas y confianza, mismas que facilitan la acción y la cooperación para beneficio social.

Por su parte, para (Durstun, 2000) el Capital Social:

Hace referencia a las normas, instituciones y organizaciones que promueven la confianza, la ayuda recíproca y la cooperación. El paradigma del capital social plantea que las relaciones estables de confianza, reciprocidad y cooperación pueden contribuir a tres tipos de beneficios:

1. Reducir los costos de transacción
2. Producir bienes públicos, y
3. Facilitar la constitución de organizaciones de gestión de base efectivas, de actores sociales y de sociedades civiles saludables.

Como puede apreciarse, todas las aproximaciones conceptuales al capital social tienen como referencia común diversos elementos, como son las redes sociales, la cooperación, las relaciones, las normas establecidas y la confianza mutua, así como la presencia de instituciones formales e informales. En materia de desarrollo y bienestar.

Forni, Siles y Barreiro (2004) sustenta que el capital social se potencializa y se visibiliza si:

1. Las personas o los grupos sociales son objeto de sentimientos de simpatía de otras personas o grupos.
2. Existe aportación de capital social si las personas o los grupos sociales experimentan sentimientos de simpatía hacia otras personas o grupos.

3. Quienes poseen capital social tienen acceso a los recursos de quienes proporcionan ese capital en condiciones más favorables que las que cabría esperar en relaciones más distantes.
4. La presencia de capital social fomenta la cooperación, altera los términos y niveles de intercambio y reduce el individualismo.
5. El capital social induce un aumento de las inversiones en bienes públicos, mismas que son realizadas por personas y grupos que poseen capital social (Forni, Siles y Barreiro, 2004).
6. El capital social conduce a la creación y el apoyo de instituciones formales e informales, haciendo que el desarrollo de la confianza mutua permita llegar a los fines propuestos.

En términos instrumentales, el capital social constituye un recurso valioso para impulsar el desarrollo y el bienestar individual y colectivo, ya que facilita a los individuos la consecución de sus propios intereses; es inherente a la estructura de las relaciones sociales; a partir de la realización de apoyos recíprocos, el capital social adopta la forma de obligación, y es a través de ella que el individuo alcanza sus propios objetivos; la presencia de capital social queda sujeta a diversos factores, como son el grado de confiabilidad del entorno social, las necesidades actuales de los individuos, y el grado de cercanía de las redes sociales (Forni, Siles y Barreiro, 2004). En este contexto, el capital social tiene un amplio potencial para operar como contexto o sustrato para el desarrollo de las capacidades laborales y emprendedoras de los jóvenes.

### **Desempleo juvenil**

Una de las mayores preocupaciones de los últimos años de todas las economías mundiales ha sido encontrar la manera de cómo revertir las altas tasas de desempleo prevalecientes. México no está exento de esta problemática, pues está presente una crisis laboral debido a la falta de crecimiento de la economía. Particularmente, el mercado de trabajo de profesionistas en México es insuficiente para absorber la totalidad de la oferta de mano de obra calificada que se ha creado, ello aunado a las condiciones laborales precarias y la disminución de los salarios de los profesionistas que logran ingresar al mercado laboral (Carbajal Salgado y Ovando, 2018).

En las últimas décadas, el mercado de trabajo de profesionistas en México se ha visto desmembrado, entrando en una fase de desgaste, producto de varios factores como un bajo crecimiento económico que se ha prolongado por varias décadas y crisis recurrentes que han

impedido que el país genere fuentes de trabajo con la misma dinámica con la que se genera la oferta de mano de obra calificada. En este contexto, el 8.9 % de las personas ocupadas en México en 1990 contaban con estudios universitarios; para el año 2000, este porcentaje aumentó a 11 %. No obstante, la tasa de crecimiento anual promedio de los egresados en el periodo 1991-2000 fue de 7 %, mientras que la tasa de crecimiento de la economía nacional solamente alcanzó 3 % (Carbajal, Salgado y Ovando, 2018).

Entre 1993 y 2005, la tasa de crecimiento de la oferta de profesionistas en México fue de 7 %, en contraparte, la tasa a la que varió el número de puestos de trabajo en el mismo período fue de 6.5 %, es decir medio punto porcentual por debajo de la oferta. Si bien las tendencias son muy semejantes, éstas comienzan a divergir a partir del año 2000. El desempeño del mercado de trabajo de profesionistas en México durante esta década mostró la generación paulatina de un proceso de saturación en las ocupaciones y los sectores que más requieren de las competencias y habilidades de los egresados universitarios (Carbajal, Salgado y Ovando, 2018).

Entre los principales factores que dificultan la inserción laboral de los jóvenes destacan la carencia de programas de práctica laboral, una escasa generación de empleo, una desarticulación entre la relación educación-trabajo (demanda y oferta desvinculadas), así como una baja innovación y emprendedurismo. Por su parte, la desvinculación de los jóvenes con su entorno se origina por una escasa representación de los jóvenes en las políticas y espacios de toma de decisiones, que a su vez es causada por una cultura política sin vínculos con las prácticas culturales juveniles y una desconexión entre intereses locales, regionales y mundiales. Por su parte, la deficiente formación y desarrollo de habilidades que permitan el desarrollo personal se origina por el desconocimiento (y la escasa participación) del quehacer cultural, social, académico y político, como consecuencia de un bajo aprovechamiento académico, resultado de la deserción escolar y una deficiente calidad en la educación.

Las consecuencias de la incorporación al desarrollo del país en condiciones desfavorables implican una mayor desigualdad en el acceso a las oportunidades, lo cual causa el aumento del número de jóvenes que no estudian ni trabajan, un aumento de informalidad laboral entre los jóvenes, una disolución del tejido social, el acceso limitado a la seguridad social, así como menores ingresos laborales. Todo ello se traduce en una mayor incidencia en la pobreza juvenil.

De la incapacidad de los jóvenes para lograr su pleno potencial y contribuir al desarrollo se dependen una escasa movilidad social, la ausencia de espacios para toma de decisiones, un limitado ejercicio de sus derechos sociales, dando como resultado un desaprovechamiento del bono demográfico del que aún goza el país. Finalmente, la mayor probabilidad de ruptura del vínculo familiar promueve un desarrollo de conductas de riesgo o delictivas que conllevan a un aumento de la victimización y criminalización de los jóvenes.

El panorama laboral en México no luce nada alentador para el año 2018, pues la tasa de desempleo crecerá y habrá más personas con empleo vulnerable; es decir, que carecerán de prestaciones y seguridad social o que trabajarán de manera informal, según la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Se prevé que la tasa de desempleo a nivel nacional prevalezca en 3.6 % en 2018 y aumente a 3.7 % en 2019, colocándose como uno de los países de América Latina con menores oportunidades laborales. Estas expectativas implican, según la OIT, que un mayor número de personas tengan menos probabilidades de gozar de las ventajas del trabajo formal, y por lo tanto de una cobertura de seguridad social (Carbajal, Salgado, y Ovando, 2018).

Por su parte, el INEGI dio a conocer que actualmente la informalidad en México alcanza el 83.3 %, sumando los casos de la Tasa de Informalidad Laboral (aquellos que trabajan en empresas pero no cuentan con seguridad social) y la Tasa de Ocupación en el Sector Informal (quienes trabajan en entidades no registradas como empresas y que funcionan a partir de recursos independientes), lo que significa que la mayor parte de población laboral del país se encuentra en una situación vulnerable directa o indirectamente (Animal político, 2018).

En síntesis, México se encuentra inmerso en una compleja problemática económica y social. Particularmente, la juventud en México enfrenta una difícil realidad caracterizada por la precariedad social, económica y laboral, la desigualdad social y la pobreza. Ante ello, es importante estudiar el papel del capital social como elemento detonador del cambio económico y social, capaz de superar dichos problemas del rezago social prevalecientes.

## MATERIALES Y MÉTODOS

Se desarrolló una investigación de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y transversal, cuyo objetivo es describir la relación que existe entre el capital social y la situación de desempleo entre la juventud mexicana. Ello a partir de la opinión de los estudiantes de una universidad pública del sureste de México. El universo poblacional corresponde a la matrícula escolar de licenciatura de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas (DACEA) de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT), del año 2017, la cual es de 4,614 alumnos (UJAT, 2017).

El marco muestral lo constituyen los alumnos de la licenciatura de Economía, conformada por 228 estudiantes, de los cuales 97 son mujeres y 131 hombres. El tamaño de la muestra fue determinado por muestreo aleatorio simple (MAS), y correspondió a 58 alumnos de la mencionada carrera universitaria. El MAS es un método que consiste en seleccionar una muestra de  $n$  unidades de una población finita de tamaño  $N$ , con la condición de que cada una de las muestras posibles tengan la misma probabilidad de ser elegidas.

La fórmula para el cálculo de la muestra para una población finita (cuando se conoce el total de unidades de observación que la integran) es:

$$n = \frac{N Z^2 S^2}{d^2 (N-1) + Z^2 S^2}$$

Donde:

$n$  = tamaño de la muestra

$N$  = tamaño de la población

$Z$  = valor de  $Z$  crítico, calculado en las tablas del área de la curva normal. Llamado también nivel de confianza.

$S^2$  = varianza de la población en estudio (que es el cuadrado de la desviación estándar y puede obtenerse de estudios similares o pruebas piloto).

$d$  = nivel de precisión absoluta. Referido a la amplitud del intervalo de confianza deseado en la determinación del valor promedio de la variable en estudio.

El nivel de confianza deseado ( $Z$ ). Indica el grado de confianza que se tendrá de que el valor verdadero del parámetro en la población se encuentre en la muestra calculada. Cuanta más confianza se desee, será más elevado el número de sujetos necesarios, y se fija en función del

interés del investigador. Para efectos de esta investigación se asumió un error de estimación d del 10 % y un nivel de confianza del 90 %, a lo que corresponde un valor Z de 1.645.

El instrumento de recolección de la información correspondió a un cuestionario consistente de 17 preguntas cerradas. Su aplicación fue directa y de carácter anónimo, con fines exclusivamente académicos.

## RESULTADOS

De la aplicación del cuestionario estructurado a una muestra de 58 alumnos de la licenciatura en economía de la DACEA de la UJAT, y partiendo de la hipótesis de que el fundamento principal del capital social son los vínculos de colaboración mutua que se establecen entre los miembros de un grupo social, y de que mediante este mecanismo es posible enfrentar los problemas de desempleo juvenil, se obtuvieron los siguientes resultados:

En lo que corresponde a la variable independiente capital social, y respecto a la pregunta sobre la disposición de ayudar a otras personas en la consecución de sus propósitos, se encontró que el 59 % de los entrevistados, independientemente de su sexo, piensa que la gente tiene menos disposición de ayudar a otros, en tanto que el 27 % opinó lo contrario, esto es, que sí hay disposición para la ayuda mutua. Llama la atención que únicamente el 7 % opinara que existe mucha más disposición de las personas para ayudar a sus semejantes (Ver figura 1).



**Figura 1. Disposición de ayudar a otros**

**Fuente:** Resultados del análisis estadístico

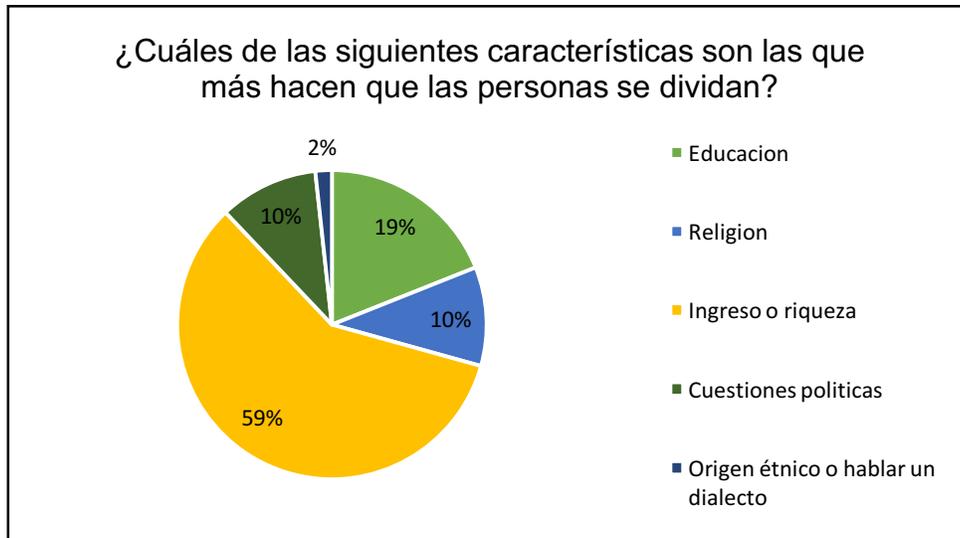
En cuanto a la frase “ayudando a los demás, me ayudo a mí mismo”, se pudo observar que el 74 % de los alumnos está totalmente, de acuerdo lo cual implica un buen propósito o intención de ayuda que contrasta con su verdadera disposición de ayudar, de acuerdo a su respuesta de la pregunta anterior. Por su parte, el 17 % se manifestó más o menos de acuerdo en ayudar a otros, y el 9 % definitivamente se manifestó contrario a dicha acción (Ver figura 2).



**Figura 2. Apreciación de la frase “ayudando a los demás me ayudo a mí mismo”**

**Fuente:** Resultados del análisis estadístico

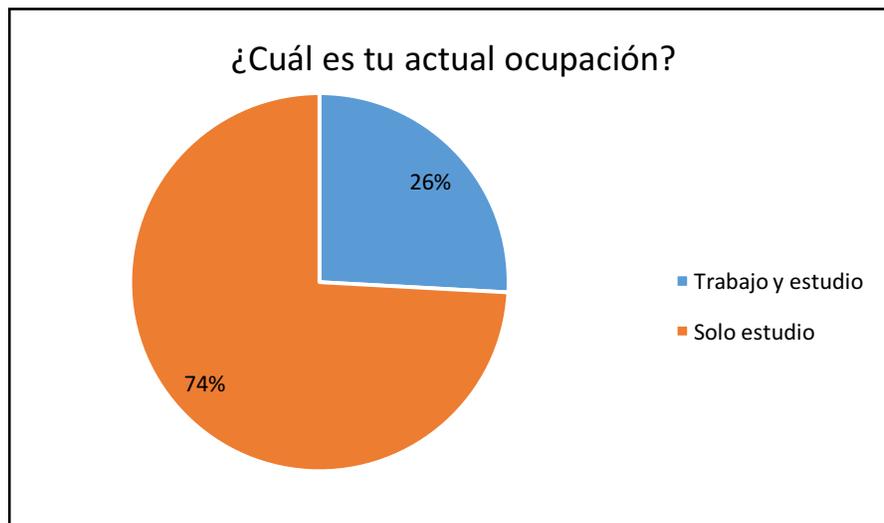
Respecto al grado de cohesión social, el 59 % de los estudiantes de economía entrevistados piensan que el ingreso o riqueza provoca que las personas tiendan a dividirse; esto es, el status económico en lugar de favorecer la cohesión es factor de diferenciación social, y por lo tanto poco contribuye al capital social. Por su parte, el 19 % considera que el nivel educativo es factor de división entre las personas, en tanto que los aspectos religiosos y las diferencias políticas contribuyen cada una con el 10 % a la falta de cohesión social. Finalmente, únicamente el 2 % piensa que el origen étnico o que hablen algún dialecto es factor de desunión social (Ver figura 3).



**Figura 3. Factores que inhiben la cohesión social**

Fuente: Resultados del análisis estadístico

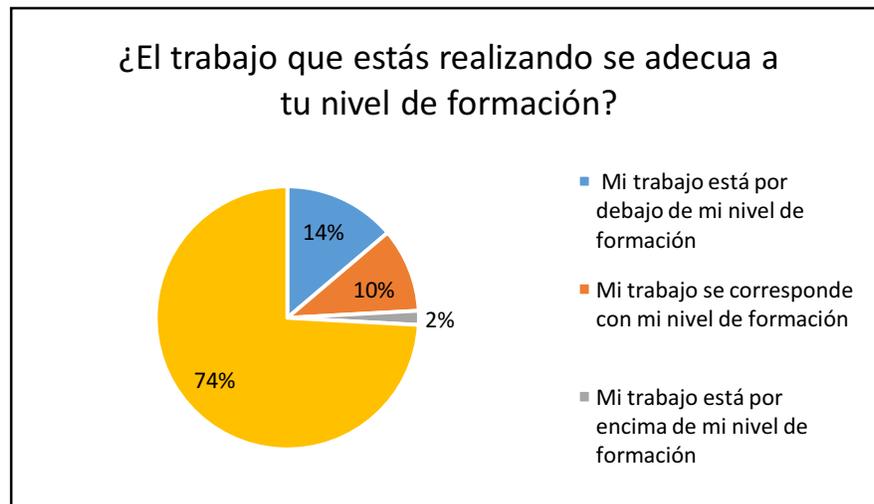
En lo que corresponde a los aspectos de empleo y desempleo, se encontró que el 26 % de éstos tienen necesidad de trabajar para sostener sus gastos de estudio, al mismo tiempo el 74 % de los mismos sólo se dedica a estudiar debido a que cuentan con el apoyo económico de sus familiares (Ver Figura 4).



**Figura 4. Ocupación actual de los alumnos de la carrera de Economía**

Fuente: Resultados del análisis estadístico

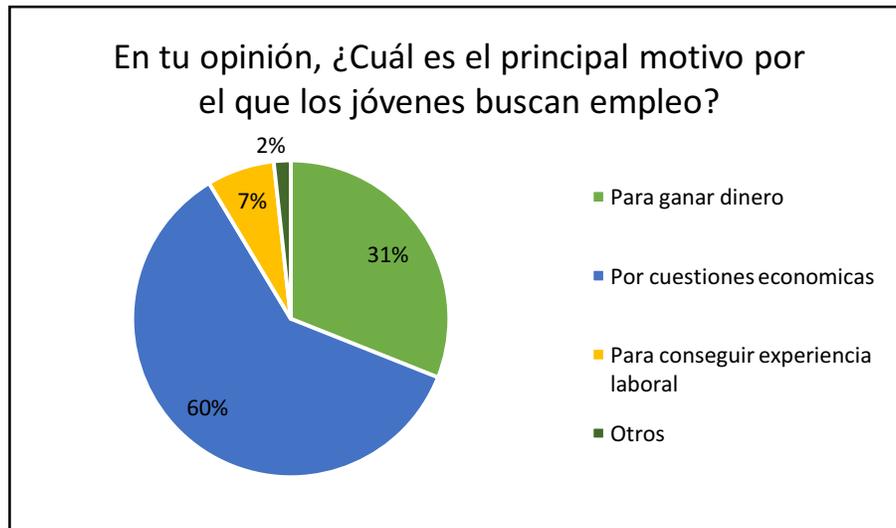
Por otra parte, si bien el 74 % de los alumnos entrevistados no trabaja y se dedica exclusivamente a sus estudios, del 26 % que sí tienen la necesidad de trabajar, sólo el 10 % de ellos considera que el trabajo que desempeña se corresponde con su nivel de formación profesional, en tanto que el 14 % opina que sus actividades laborales no son acordes a su grado de formación, y únicamente el 2 % cree que tiene un trabajo que está por encima de su nivel de formación (Ver Figura 5).



**Figura 5. Nivel de correspondencia entre el trabajo desempeñado y el grado de formación académica**

**Fuente:** Resultados del análisis estadístico

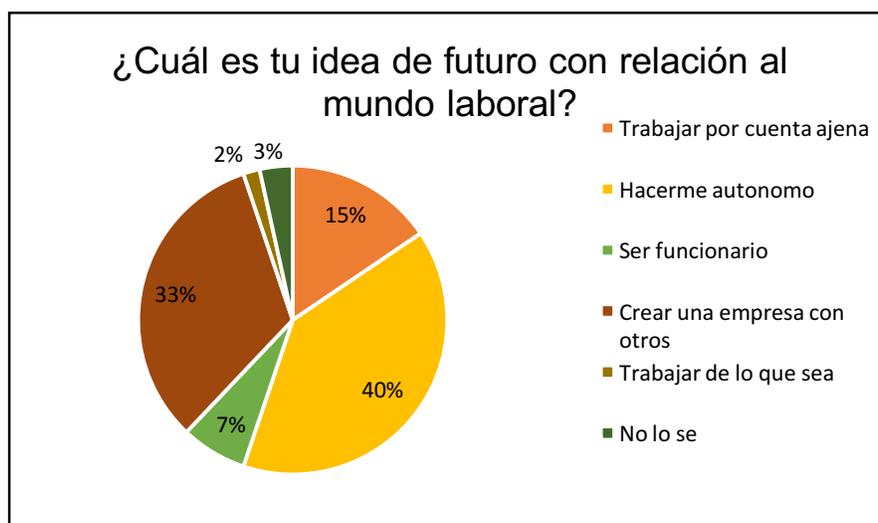
En lo que corresponde a los motivos que los impulsan a buscar empleo, el 60 % de los alumnos entrevistados lo hacen por necesidades económicas, pues de lo contrario se verían imposibilitados para estudiar, en tanto que el 31 % buscan empleo solo para contar con dinero extra, pero no estrictamente por necesidad. Por su parte, solo el 7 % lo hace con el propósito de adquirir experiencia laboral (Ver Figura 6).



**Figura 6. Causas que motivan la búsqueda de empleo**

Fuente: Resultados del análisis estadístico

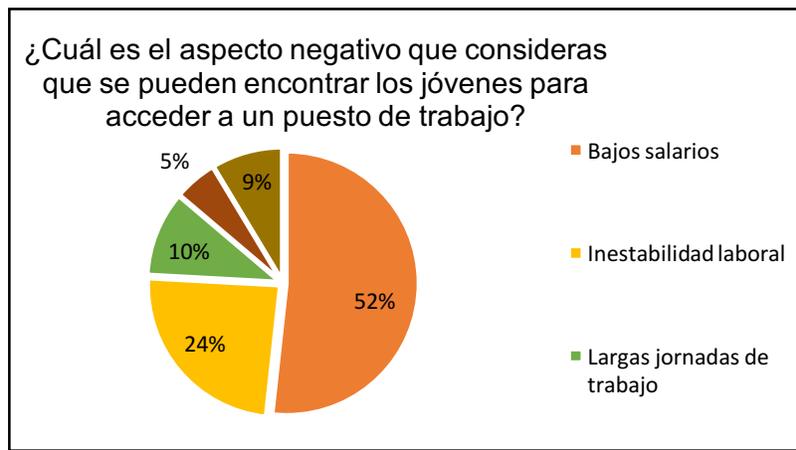
Respecto a la idea de futuro en su vida laboral, ya en el ejercicio de su práctica profesional, el 40 % de los alumnos refiere buscar autonomía económica, en tanto que el 33 % prefiere realizarlo a través de la creación de una empresa en asociación con otros profesionistas. Por su parte, al 15 % le gustaría trabajar por cuenta ajena; al 7 % le gustaría ser funcionario público. Finalmente, el 3 % no sabe aun lo que quiere acerca de su vida profesional, y solo el 2 % mencionó que aceptaría trabajar de lo que sea (Ver Figura 7).



**Figura 7. Idea de futuro con relación al mundo laboral**

Fuente: Resultados del análisis estadístico

Finalmente, en lo que corresponde a los aspectos negativos del mercado laboral para los jóvenes, el 52 % piensa que el principal problema son los bajos salarios pagados, lo cual es comprensible dada su inexperiencia laboral. Aunado a ello, el 24 % está convencido de que otro aspecto negativo es la inestabilidad laboral, pues según su opinión, hoy día ya nada es permanente, y la obtención de un trabajo puede ser solo de manera temporal o sin prestaciones, de acuerdo a las nuevas modalidades de contratación laboral. Por su parte, el 10 % cree que se enfrentará a largas jornadas laborales (Ver Figura 8).



**Figura 8. Principales aspectos negativos en la vida laboral de los jóvenes**

**Fuente:** Resultados del análisis estadístico

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El capital social tiene implícita la idea de cooperación entre los miembros de un grupo social, a efectos de la consecución de sus fines y propósitos. En el contexto del desempleo juvenil, este es un propósito central que la experiencia internacional avala. Entre los hallazgos de la presente investigación, centrada en los estudiantes de la carrera de economía de una universidad pública del sureste de México, se encontró que entre los entrevistados existe un bajo nivel de cooperación y ayuda mutua entre la población, factores que limitan el aprovechamiento del capital social para efectos de empleo juvenil. Asimismo, entre las principales limitantes para el aprovechamiento de la potencialidad laboral de los entrevistados se encuentran el bajo nivel de los salarios y prestaciones laborales, así como la falta de correspondencia entre las

oportunidades de trabajo existentes y la formación profesional de quienes demandan una oportunidad de empleo.

De la misma manera, y partiendo de la apreciación del capital social como un conjunto de valores o normas informales compartidas entre los miembros de un grupo, que crean lazos de confianza que permiten la cooperación entre los mismos, se puede concluir que más del 50% de los entrevistados no confían en los demás, y creen que si estas personas pudieran aprovecharse de ellos lo harían; igualmente la mayoría piensa que la gente no tiene la suficiente disposición de ayudarse unos a los otros, y que si lo llegaran a hacer lo harían solo por conveniencia personal, buscando obtener un beneficio personal a cambio.

De todo lo anterior puede concluirse que en México es fundamental impulsar y promover entre los jóvenes y la sociedad en general el concepto de capital social como elemento de cohesión social, confianza mutua y cooperación entre los integrantes de un grupo social para la consecución de sus fines y propósitos laborales.

## REFERENCIAS

- Animal Político. (24 de enero de 2018). *Desempleo y empleo informal crecerán en México durante 2018: OIT*. Animal político. Recuperado de <https://www.animalpolitico.com/2018/01/desempleo-creceran-2018/>
- Bourdieu, P. (1998): *Capital cultural, escuela y espacio social*. México: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (1987): Los tres estados del capital cultural. *Sociológica*, 2(5).
- Carbajal, A., Salgado M. y Ovando, W. (2018). El mercado de trabajo de los profesionistas en México. En D. E. Sergio y K. R. Crucita (coord.), *Desigualdad regional, pobreza y migración*. México: UNAM
- Dávila, O. y Honores, C. (2013). Capital social juvenil y evaluación programática hacia jóvenes. *Última década*, 11(18), 175-198.
- Durston, J. (2000). *¿Qué es el capital social comunitario?* Chile: Naciones Unidas
- Forni, P., Siles, M. y Barreiro, L. (2004). *¿Qué es el capital social y cómo analizarlo en contexto de exclusión social y pobreza? Estudio de caso en Chile*. Recuperado de <http://base.socioeco.org/docs/a5-1.pdf>
- UJAT (2017). *2do informe de actividades*. Colección Justo Sierra. Documentos y estudios sobre la universidad. Villahermosa, Tabasco: Autor
- INEGI (2017). *Encuesta Intercensal, 2015*. México: Autor

- Loury, G. (1977): A Dynamic theory of racial income differences, en P. Wallace y A. La Mond (comp.), *Women, Minorities, and Employments Discrimination*. Lexington, Mass: Heath.
- Loury, G. (1981): Intergenerational transfers and the distribution of earnings. *Econometrica*, 49(4), 843-867.
- Portes, A. (1999): Capital social: sus orígenes y aplicaciones en la sociología aplicada. En J. Carpio e I. Novacovsky (comp.): *De igual a igual. El desafío del Estado ante los nuevos problemas sociales*. Buenos Aires: FCE, SIEMPRO, FLACSO.
- Putman, R. (2002): *Democracies in Flux. The Evolution of Social Capital in Contemporary Society*. New York: Oxford University Press.
- Zumbado, C. (1998): Desarrollo y capital social: redescubriendo las riquezas de las naciones. *Instituciones y desarrollo*, (1), 175-190.

# **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA EN LAS WEBS INSTITUCIONALES EN MÉXICO. CASO: ZONA SUR-SURESTE**

María del Carmen Navarrete Torres<sup>1</sup>

Cecilia García Muñoz Aparicio<sup>2</sup>

Olga Beatriz Sánchez Rosado<sup>3</sup>

## **RESUMEN**

El presente trabajo muestra los resultados de una investigación en proceso del proyecto sobre divulgación de información sobre Responsabilidad Social (RSU) en las páginas web institucionales de Universidades Mexicanas. Se analizaron en esta etapa los websites de las IES de la zona sur-sureste constituida por 12 universidades que se encuentran dentro de la zona 6 según la clasificación de la ANUIES. El objetivo fue conocer el grado de utilización de la comunicación sobre RSU en internet sobre la difusión de información acerca de las políticas e iniciativas en materia de medio ambiente - gestión de la responsabilidad social y vinculación con la comunidad que proporcionan en sus páginas web. La investigación se basó en un estudio de tipo exploratorio-descriptivo, y se utilizó el índice de Evaluación Web (IEW). Se aplicó un instrumento que incluye parámetros de: Accesibilidad Contenido e Interactividad. Las dimensiones que se analizaron son 9 y se agruparon en 4 secciones: contenido, navegación, visibilidad y usabilidad. Los resultados obtenidos en los portales universitarios demuestran que no se realiza una divulgación adecuada por parte de las IES ubicadas en esta zona del país.

---

<sup>1</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. mallynav@yahoo.com.mx

<sup>2</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. flamingos1999@hotmail.com

<sup>3</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. betytab@hotmail.com

## **INTRODUCCIÓN**

La responsabilidad social en el ámbito de la educación de las IES implica la identificación de las necesidades de comunicación de los diferentes públicos y el establecimiento de canales de diálogo, así como un contenido real y transparente reforzando, de tal manera, el cumplimiento de la rendición de cuentas.

De hecho, desde el punto de vista de la transparencia informativa, las universidades están siendo cada vez más presionadas para mejorar dicha divulgación en el terreno de lo social (Banks, Fisher y Nelson, 1997) ya que, de manera tradicional, ha estado centrada exclusivamente en contenidos de carácter financiero y presupuestario, sin contemplar dentro de la misma aspectos sobre la responsabilidad social (Mellé, 2007).

El desarrollo de las Nuevas Tecnologías de la Información (TICs) permite a las IES utilizar algunos medios, tales como el internet, para desempeñar un papel clave en la transparencia (Meijer, 2009), permitiendo mejorar la comunicación y un mayor acceso a los contenidos entre las partes interesadas (Borins, 2002). De tal manera que resulta importante tanto para la divulgación de información de responsabilidad social como para la interacción con los stakeholders.

Por lo antes mencionado, nos parece interesante evaluar la información que incluyen las Instituciones de Educación Superior, en sus portales y analizar su grado de compromiso con la sociedad, además conocer si las universidades, como modelos de comportamiento socialmente responsable están haciendo uso de las nuevas TICs como medio de divulgación de acciones, puesto que, aunque actualmente encontramos estudios que analizan el uso en dichas instituciones de las páginas webs o la web 2.0 entre otros (Clapper y Burke, 2005; Eijkman, 2009), aún son muy pocas las investigaciones sobre divulgación de información socialmente responsable.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La responsabilidad social universitaria se basa en desarrollar estrategias permanentes de comunicación con sus diversos públicos. Para que una IES sea reconocida como socialmente responsable es necesario que identifique a sus stakeholders, y al reconocerlos como interlocutores es necesario que mantenga una relación constante que les permita recibir una retroalimentación en función de sus políticas y sus objetivos. Por lo cual, la comunicación deberá

ser una prioridad en sus estrategias institucionales de largo plazo, y establecer una adecuada difusión de los avances conseguidos dentro y desde el ámbito universitario, sobre todo tratándose de acciones en beneficio de la comunidad.

Por ello, es necesario analizar y evaluar los websites universitarios como un medio para difundir este tipo de información.

## **OBJETIVO GENERAL**

Conocer el grado de utilización de la comunicación sobre responsabilidad social en internet por parte de las universidades clasificadas por ANUIES en la zona 6.

## **MARCO TEÓRICO**

Para Arana, Duque, Quiroga y Vargas (2008) la responsabilidad social universitaria debe ser entendida como “el compromiso que tiene la institución de difundir y poner en práctica un conjunto de conocimientos y valores en la formación profesional, en los procesos de investigación, innovación y proyección social, funciones que deben estar enfocadas a la solución de problemas sociales”, además, identifica algunos elementos que deben constituir la cultura de responsabilidad social de las universidades como:

- Formar profesionales con sólidos conocimientos científico-tecnológicos y comprometidos con valores y principios de sensibilidad humana, social y ecológica.
- Fomentar actividades de responsabilidad social en la comunidad y formar egresados con conciencia social. Además, de contribuir con la extensión a la solución de problemas de la comunidad y del medio ambiente.
- Desarrollar espacios y grupos de investigación e innovación, hacia el desarrollo de conocimientos con responsabilidad social.

La universidad tiene la capacidad de difundir y poner en práctica un conjunto de principios y valores generales y específicos, por medio de 4 procesos claves: Gestión, Docencia, Investigación y Extensión.

Asimismo poner en práctica iniciativas sobre el ámbito medioambiental. La creciente implicación de las universidades en su entorno ha convertido al compromiso social en uno de los temas prioritarios de la educación superior del siglo XXI.

Las actividades que las universidades mantienen y que pueden considerarse reflejo del compromiso social se encuentran en las Memorias de Responsabilidad Social, los órganos y observatorios relacionados con la solidaridad, los Consejos Sociales, Programas de Bienestar, Extensión y a las obras e impactos positivos en las poblaciones más vulnerables (Domínguez, 2015). En la tabla 1 se presentan conceptos de Responsabilidad Social Universitaria desde el punto de vista de diversos autores.

Tabla 1  
*Conceptos de Responsabilidad Social Universitaria*

AUTORES	CONCEPTOS
Ganga y Navarrete, 2012, Ruiz y Soría, 2009; Martínez y Hernández, 2013; Bryant Gyles y Davis, 2012	Currículo, donde la RS se asume como un comportamiento ético de las universidades que buscan, a través de la transformación de sus currículos -como métodos de enseñanza y aprendizaje-, la cual están inmersas con el propósito de dar respuesta a sus necesidades de desarrollo y de promover su actuar desde la formación cívica integral, al apropiarlo como modelo pedagógico institucional.
Martínez y Hernández, 2013; Antunez y Martínez, 2013; Bryant <i>et al</i> Reybold, 2008	Política conformada por un conjunto de principios y de valores éticos de carácter personal, social y universitario, transversales a la gestión educativa y a la administración de las instituciones, mismas que deben integrarse a la cultura y al compromiso cívico a través de un cambio gradual y seguro en los comportamientos individuales y colectivos de quienes conforman la comunidad universitaria.
Ruiz y Soria, 2009; Dima <i>et al.</i> , 2013; Martínez y Hernández, 2013	Función social de la Universidad, conceptualizada en razón de la extensión universitaria, eje misional a través del cual se interactúa con el entorno para dar respuesta a las demandas de índole social y cultural que le dan sentido a su deber ser: formar integralmente a los individuos y a la comunidad por medio de proyectos de transferencia de conocimiento y de valores éticos que el individuo aprende y desarrolla mediante el servicio.
UNESCO 1998	Es una estrategia para el logro del desarrollo sostenible con la educación como medio. Esto se encuentra relacionado con la política de la UNESCO —la educación para el desarrollo sostenible (EDS)— que promueve la adquisición de competencias “como el pensamiento crítico, la elaboración de hipótesis de cara al futuro y la adopción colectiva de decisiones (UNESCO, 1998)
Butcher, Bezzina y Morán, 2011; Antunez y Martínez, 2008; Goni <i>et al.</i> , 2013	Es la formación para la educación cívica que agrupa nuevos enfoques de enseñanza y aprendizaje, en favor del comportamiento responsable, el desarrollo de las capacidades conjuntas, el cumplimiento de las metas educativas con calidad y equidad atendidas a través del fortalecimiento de las comunicaciones y el manejo de la información universitaria, asegurando la gestión organizativa y la toma de decisiones.

Fuente: Elaboración propia con datos de Olarte y Ríos (2015)

Los autores Vallaey, de la Cruz y Sasía (2009), proponen la siguiente clasificación de los grupos de interés más comunes de las universidades: Estado, Gobierno universitario, competidores, estudiantes, personal docente e investigador, de administración y servicios,

proveedores, egresados, comunidad local, empleadores, socios y organismos colaboradores. Por otro lado, Cervera, Schlesinger, Iniesta y Sánchez (2011), proponen los siguientes grupos de interés: Administración Pública, directivos, alumnos, personal docente e investigador y de administración y servicios, egresados, empresas, sociedad, asociaciones educativas, familias, sindicatos, medios de comunicación y comunidad en general. Para Benneworth y Jongbloed (2010) es necesario incluir a los intermediarios financieros, benefactores y regulaciones no gubernamentales.

## MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se basó en un estudio de tipo exploratorio-descriptivo, en donde se analizan los websites de las 12 instituciones de educación superior, y se utilizó el índice de Evaluación Web (IEW) Muñoz (2013). Se aplicó un instrumento que incluye parámetros de: Accesibilidad Contenido e Interactividad.

Las dimensiones que se analizaron son 9 y se agruparon en secciones como se muestra en la tabla 2.

Se preparó una ficha técnica de recogida y sistematización de la información cualitativa.

Los ítems con los que contó la ficha fueron:

- Sección de RSU
- Publicación de informe de RSU
- Publicación de información sobre acciones aisladas de RSU
- Posibilidad de conversación mediática

Tabla 2  
*Parámetros*

PARÁMETROS	INDICADORES
Accesibilidad	- Sección - Nivel Jerárquico
Contenido	- Número de páginas Recursos de información - Documentos o enlaces adjuntos
Interactividad	- Uso de Feedback

Fuente: Adaptado de Muñoz (2013)

## Población

La ANUIES es una Asociación no gubernamental, de carácter plural, que agrupa a las principales instituciones de educación superior del país, cuyo común denominador es su voluntad para promover su mejoramiento integral en los campos de la docencia, la investigación y la extensión de la cultura y los servicios.

La Asociación está conformada por 187 universidades e instituciones de educación superior, tanto públicas como privadas de todo el país y éstas se dividen en 6 zonas, como se muestra en la tabla 3, que muestra únicamente las universidades.

Tabla 3  
*Universidades por zona*

ZONAS	ESTADOS	NÚMERO DE UNIVERSIDADES
<b>NOROESTE</b>	Baja California Norte, Baja California Sur, Chihuahua, Sinaloa, Sonora.	6
<b>NORESTE</b>	Coahuila, Durango, Nuevo León, Tamaulipas, Zacatecas, San Luis Potosí.	6
<b>CENTRO – OCCIDENTE</b>	Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Guadalajara, Michoacán, Nayarit.	7
<b>CENTRO- SUR</b>	Guerrero, Hidalgo, México, Morelos, Puebla, Querétaro, Tlaxcala.	30
<b>SUR – SURESTE</b>	Campeche, Chiapas, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz, Yucatán.	12
<b>TOTAL</b>		<b>61</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de ANUIES (2017)

La zona objeto de este estudio incluye 12 instituciones como se muestra en la Tabla 4

Tabla 4  
*Zona sur-sureste*

UNIVERSIDAD	ESTADO	SITIO WEB
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CAMPECHE	CAMPECHE	<a href="http://www.uacam.mx/">http://www.uacam.mx/</a>
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARMEN	CAMPECHE	<a href="http://www.unacar.mx/#2">http://www.unacar.mx/#2</a>
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS	CHIAPAS	<a href="http://www.unach.mx/">http://www.unach.mx/</a>
UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS	CHIAPAS	<a href="https://www.unicach.mx/">https://www.unicach.mx/</a>
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CHIAPAS	CHIAPAS	<a href="https://www.upchiapas.edu.mx/">https://www.upchiapas.edu.mx/</a>
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA BENITO JUÁREZ DE OAXACA	OAXACA	<a href="http://www.uabjo.mx/">http://www.uabjo.mx/</a>
UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO	QUINTANA ROO	<a href="http://www.uqroo.mx/">http://www.uqroo.mx/</a>
UNIVERSIDAD DEL CARIBE	QUINTANA ROO	<a href="http://www.unicaribe.edu.mx/">http://www.unicaribe.edu.mx/</a>
UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO	TABASCO	<a href="http://www.ujat.mx/">http://www.ujat.mx/</a>
UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN	VERACRUZ	<a href="http://www.ver.ucc.mx/">http://www.ver.ucc.mx/</a>
UNIVERSIDAD VERACRUZANA	VERACRUZ	<a href="https://www.uv.mx/">https://www.uv.mx/</a>
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE YUCATÁN	YUCATÁN	<a href="http://www.uady.mx/">http://www.uady.mx/</a>

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANUIES 2018

## Resultados

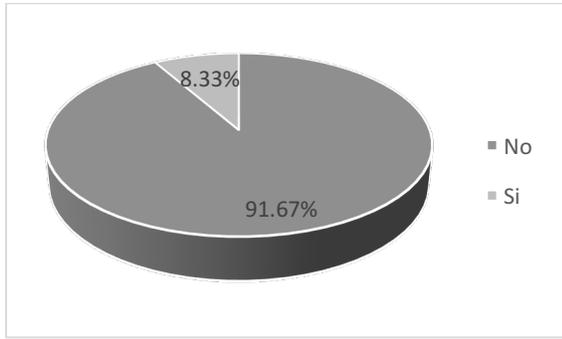
De las 12 universidades que integran la zona estudiada de las IES de la zona sur-sureste los resultados obtenidos sobre si presentan algún enlace de RSU en su página principal se presentan en la tabla 5.

Tabla 5  
*Enlace a RSU en la página principal*

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Si	1	8.3
No	11	91.7
Total	12	100.0

Fuente: Elaboración propia

De las 12 universidades afiliadas, una de ellas presenta un enlace sobre responsabilidad social y 11 ningún tipo de enlace.



**Figura 1. Enlace a RSU en la página principal**

**Fuente:** Elaboración propia

En la figura 1 se presentan los respectivos porcentajes En las universidades de esta zona únicamente el 8.3% cuenta con un enlace de responsabilidad social en su página principal.

**Tabla 6**

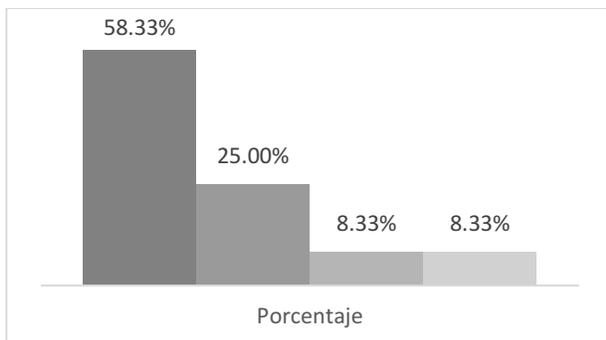
**Páginas con información de RSU**

	Frecuencia	Porcentaje
Válido	0	7
	1	3
	3	1
	5	1
Total	12	100.0

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 6 se observa que en el portal de las universidades de la zona no cuentan información sobre RSU tres con una y dos con algún tipo de información.

En la figura 2 se muestran los porcentajes correspondientes a la inclusión sobre algún tipo de información en sus sitios web. El 58.3% no cuenta con ningún tipo de información, el 25% con algún tipo y dos de ellas con una sola información que corresponde al 8.3 % respectivamente.



**Figura 2. Páginas con información de RSU**

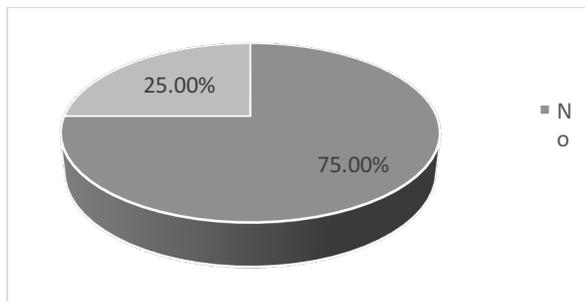
**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 7 se muestran los resultados de las universidades que cuentan con documentos o enlaces adjuntos en su sitio web. Del total 9 no cuentan con dicha información y 3 sí.

Tabla 7  
*Documentos o enlaces adjuntos a la información*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	3	25.0
	No	9	75.0
	Total	12	100.0

Fuente: Elaboración propia



**Figura 3. Documentos o enlaces adjuntos a la información**

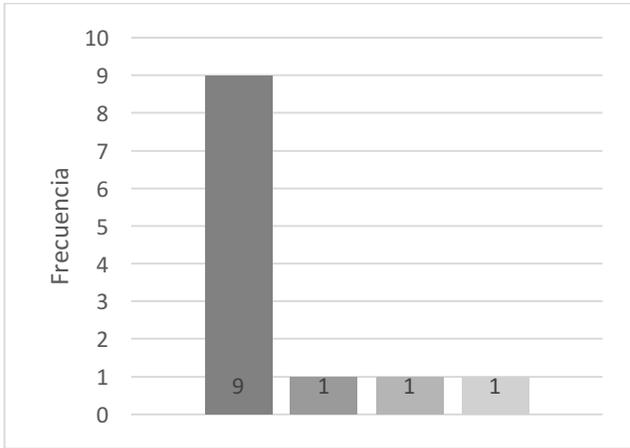
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 8 se muestran los resultados sobre enlaces para consultar información sobre RSU y 9 universidades no cuentan con ello. Tres de ellas lo incluyen. En la figura 4 se muestran los porcentajes correspondientes.

Tabla 8  
*Enlaces*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	0	9	75.0
	1	1	8.3
	2	1	8.3
	5	1	8.3
	Total	12	100.0

Fuente: Elaboración propia



**Figura 4. Documentos o enlaces**

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 9 y figura 5 se muestran los resultados sobre interactividad con sus usuarios.

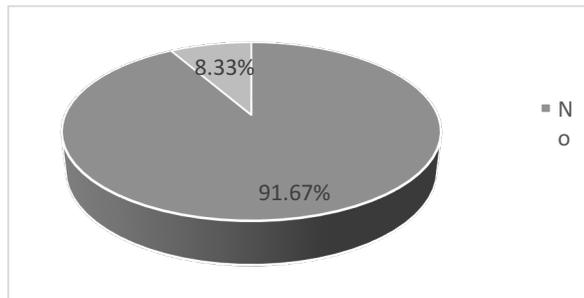
El 91.7 % no cuentan con ningún mecanismo

Tabla 9

*Mecanismos de interactividad*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	1	8.3
	No	11	91.7
	Total	12	100.0

Fuente: Elaboración propia



**Figura 5. Mecanismos de interactividad**

Fuente: Elaboración propia

División Académica de Ciencias Económico Administrativas

En la tablas 10 y 11 se presentan las universidades de la región 6 sur-sureste afiliadas a la ANUIES. La constituyen 11 universidades públicas y 1 privada en donde se muestran las actividades que desarrollan sobre RSU y que difunden en su portal universitario.

La Universidad Juárez Autónoma de Tabasco cuenta con información sobre cambio climático e investigación. La Universidad Autónoma de Chiapas únicamente cuenta con participaciones académicas.

La Universidad Cristóbal Colón incluye información sobre sustentabilidad y educación no formal. La Universidad Veracruzana sobre educación ambiental y eventos académicos.

La Universidad Autónoma de Oaxaca difunde acciones sobre cambio climático y gestión ambiental.

Tabla 10  
Región Sur Sureste

Universidades	Información			Educación			Cambio Climático		Youtube
	Sustentabilidad / Investigación	Responsabilidad Social / Educación Ambiental	Manuales de Acción	Investigación / Posgrado	Participación Estudiantil	Educación No Formal	Movilidad	Acciones de Adaptación	Canal Especializado
<b>Universidades Públicas</b>									
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CAMPECHE (UACam)									
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARMEN (UNACAR)									
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS (UNACH)									
UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO (UQROO)									
UNIVERSIDAD DEL CARIBE (UNICARIBE)									
UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO (UJAT)				SI				SI	
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE YUCATÁN (UADY)									
UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS (UNICACH)									
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CHIAPAS (UPChiapas)									
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA BENITO JUÁREZ DE OAXACA (UABJO)								SI	
UNIVERSIDAD VERACRUZANA (UV)		SI							
<b>Universidades Privadas</b>									
UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN (UCC)	SI					SI			

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11  
Región Sur Sureste

Universidades	Gestión Ambiental			Infraestructura			Enlaces Externos	Archivos / PDF's	
	Programas Para Manejo y Gestión de Residuos / Programas de seguridad Operativa	Sistema de Monitoreo Ambiental	Consumo Responsable / Cursos y Eventos	Infraestructura Sustentable	Energía	Tratamiento de Agua	Nacionales e internacionales	Proyectos / Ponencias	Boletín Informativo
<b>Universidades Públicas</b>									
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CAMPECHE (UACam)									
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARMEN (UNACAR)									
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS (UNACH)								SI	
UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO (UQROO)									
UNIVERSIDAD DEL CARIBE (UNICARIBE)									
UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO (UJAT)								SI	
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE YUCATÁN (UADY)									
UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS (UNICACH)									
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CHIAPAS (UPChiapas)									
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA BENITO JUÁREZ DE OAXACA (UABJO)			SI						
UNIVERSIDAD VERACRUZANA (UV)								SI	
<b>Universidades Privadas</b>									
UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN (UCC)									

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN

En este trabajo el objetivo principal se centró en indagar la manera de divulgar la RSU en su portal de internet y analizar algunos indicadores que permitan evaluar a las universidades en torno a este tema.

El interés consiste en poner en evidencia la información que se está comunicando y que la definen y los impactos que pueden generarse como producto de un actuar socialmente responsable en el ámbito universitario. En Melle (2007) se afirma que la divulgación ha estado centrada exclusivamente en otro tipo de información, sin contemplar dentro de la misma aspectos sobre la responsabilidad social.

Los resultados obtenidos muestran que un alto porcentaje de las universidades analizadas no cuentan con un plan de comunicación sobre responsabilidad social en su portal de internet. También se observan graves déficits en cuanto a las acciones de sustentabilidad y ecología.

El web institucional es el principal canal para difundir información sobre la institución y para la transmisión de los valores de las IES, de acuerdo con lo que señala Blanco-Sánchez (2014). Sin embargo, es un hecho de que las universidades y sus diferentes grupos de interés no mantienen una comunicación bidireccional sobre estos temas.

## CONCLUSIONES

Una de las conclusiones que surgen como resultado del análisis presentado en este trabajo, nos permite afirmar que las instituciones de educación superior, que integran la zona sur-sureste, aun cuando están comprometidas con la RSU, no están cumpliendo con uno de los aspectos más importantes de su misión institucional.

Las Universidades tienen la oportunidad de comunicar las acciones de responsabilidad social que les permite mejorar la reputación de la institución y proyectar una buena imagen.

Al comunicar las iniciativas de responsabilidad universitaria se puede llegar a todos sus públicos. Sin embargo, no basta el hecho de comunicar pensando únicamente en ellos, es importante considerar a todos los stakeholders. Los universitarios son digitales, y como tales permanecen muchas horas en internet. Las páginas web de las IES son un excelente medio de comunicación e información.

Atendiendo al carácter público y la función social de la institución, consideramos que sería necesaria, a fin de mejorar su imagen, la implementación de herramientas comunicativas y el uso de las TICS que promuevan el diálogo con los Stakeholders, incluyendo la participación activa de la comunidad universitaria.

## REFERENCIAS

- ANUIES. (s.f.). ANUIES. Obtenido de <http://www.anui.es.mx>
- Arana, M., Duque, P., Quiroga, M. y Vargas, F. (2008). Una aproximación a la responsabilidad social en la formación del trabajador social desde los estudios de ciencia, tecnología. *Tabula Rasa*, (8), 211-234.
- Banks W., Fisher. J. y Nelson, M. (1997). University accountability in England, Wales, and Northern Ireland: 1992-1994. *Journal of International Accounting Auditing and Taxation*, 6(2), 211-226.
- Benneworth, P. y Jongbloed, B. (2010). Who matters to universities? A stakeholders perspective on humanities, arts and social sciences valorisation. *High Education*, 59(5), 567-588.
- Blanco-Sánchez, T. (2014). *La comunicación online de las marcas universitarias españolas en sus sedes webs* (Tesis doctoral). Universidad de Extremadura.

- Borins, S. (2002). Leadership and innovation in the public sector. *Leadership and Organization Development Journal*, 23(8), 467-476.
- Cervera, A., Schlesinger, M., Iniesta, M. y Sánchez, R. (2011). Un enfoque de stakeholders para la configuración de las universidades como centros de formación a lo largo de la vida de los individuos: aplicación a los egresados. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 20(4), 97-116.
- Clapper, D. y Burke D. (2005). Edu dilemma: the web accessibility challenge facing public and private universities. *Journal of Strategic E – Commerce*, 3(1), 71-98.
- Eijkman, H. (2009). Using Web 2.0 to decolonise transcultural learning zones in higher education. *Campus-Wide Information Systems*, 26(3), 240-255.
- Meijer, A. (2009). Understanding modern transparency. *International Review of Administrative Sciences*, 75(2), 255.
- Melle, M. (2007). La responsabilidad social dentro del ámbito público. *Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía*, (65), 84-107.
- Muñoz, M. (2013). Análisis de la comunicación sobre responsabilidad social corporativa y cambio climático, que realizan las principales empresas del IBEX 35 en sus web. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social. *Disertaciones*, 6(1), 64-84.
- Olarte, D. y Ríos, L. (2015). Enfoques y estrategias de responsabilidad social implementadas en Instituciones de Educación Superior: Una revisión sistemática de la literatura científica de los últimos 10 años. *Revista de la educación superior*, 44(175), 19-40. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-27602015000300002&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602015000300002&lng=es&tlng=es).
- Domínguez, M. (2015). La responsabilidad social universitaria se construye socialmente. Dialogando y caminando. En Funlam, *Experiencias iberoamericanas en responsabilidad social universitaria* (p. 277-307). Medellín, Colombia: Editorial Luis Amigó.
- Vallaey, F., de la Cruz, C. y Sasia, P. (2009). *Responsabilidad social universitaria: manual de primeros pasos*. México: McGraw-Hill Interamericana

# **GÉNERO Y FAMILIA EN LA ELECCIÓN DE ESTUDIOS UNIVERSITARIOS EN CIENCIAS, TECNOLOGÍA, INGENIERÍA Y MATEMÁTICAS**

Estrella Vázquez Reyes<sup>1</sup>

Norma Aguilar Morales<sup>2</sup>

## **RESUMEN**

Se presenta un análisis de la influencia de la familia y el género en la elección de carrera en estudios universitarios en ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (CTIM). Se analizaron estudios empíricos que tuvieran como población a estudiantes de bachillerato. Se encontró que la mayor ambición de los padres es que los hijos continúen formándose en estudios superiores sin intervenir en la elección de una disciplina en específico, pero la familia es formadora de estereotipos de género que sí influyen en su elección. Investigar qué determina el interés en los jóvenes por elección de estudios universitarios en CTIM, puede contribuir a articular propuestas de políticas educativas que sirvan para elevar la motivación de las mujeres por la elección de estas disciplinas. Se concluye que para las mujeres el proceso de elección de carrera se condiciona por las aspiraciones de vida que tiene con respecto al género y la familia.

**PALABRAS CLAVES:** CTIM, género, familia.

## **INTRODUCCIÓN**

El proceso de elección de carrera es crucial en la vida de un adolescente, ya que al mismo tiempo se encuentran en su etapa de transición a joven adulto, por lo tanto, dependiendo de la opción que elija, tomará acciones encaminadas a alcanzar el plan de vida al que aspira. Son numerosos los estudios que han abordado el tema (Figueroa,1993; Zhou y Xu, 2013); Cano, 2008),

---

<sup>1</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

<sup>2</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. gialca@hotmail.com

específicamente el interés que los estudiantes de bachillerato y secundaria manifiestan por elección de carreras en ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas [CTIM] (Ito y McPherson, 2018; Kang, Hense, Schereersoi y Keinonen, 2018) así como la relación entre interés, elección de estudios universitarios CTIM y género (Navarro y Casero, 2012; Lorenzo-Rial, et. al, 2016; Rainey, et. al, 2018; Sinclair, Nilsson y Cedeskär, 2019).

Dicho proceso está intervenido por múltiples factores asociados como la influencia de pares estudiantiles, medios de comunicación, apoyo institucional y experiencias escolares obtenidas durante su tránsito por el contexto escolar básico, siendo éstos los más estudiados por la influencia que ejercen en el adolescente para la elección de estudios universitarios en CTIM, no obstante, los estudios muestran que en la dimensión sociocultural el sistema al que se le atribuye un mayor impacto en el sujeto, es la familia (Martínez, 1993) debido a la educación que le han proporcionado desde la infancia, la cual permea en la formación de estereotipos de género por el rol que desempeñan en este sistema.

Cabe resaltar que los padres ponderan la importancia de que los hijos se formen en un grado superior (Fernández, García y Rodríguez, 2013) independientemente del campo de especialización, sin embargo, de forma sutil dejan saber a los hijos la preferencia personal de carrera que desean.

Por lo tanto, el propósito de este artículo es analizar los factores relacionados al género y la familia que intervienen en la elección de estudios universitarios en ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (CTIM) de los estudiantes de bachillerato.

### **CTIM en México**

El acrónimo CTIM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas) es el homónimo en español de término STEM (science, technology, engineer and mathematics) en inglés, el cual fue acuñado por la fundación nacional de ciencia (NSF) en los Estados Unidos de Norteamérica (EUA), y ha cobrado una gran relevancia debido al déficit que hay en fuerza laboral altamente calificada en estos campos, tornándose una problemática de corte económico, político y social, que no sólo atañe a EUA, sino a nivel mundial con el agregado de pocos estudiantes ingresando en campos CTIM y el desequilibrio de género.

En México el 81% de las empresas están tomando medidas que consisten en crear nuevas funciones de trabajo, que complementen a las máquinas, de esta manera conservar el capital humano e inclusive aumentarlo, es un reto al que se están enfrentando, por lo que han

implementado acciones de capacitación y actualización de conocimientos y habilidades en el recurso humano (ManpowerGroup, 2019).

Asimismo las cámaras empresariales y asociaciones civiles (AP STEM, 2019) inician con el movimiento CTIM, cuyo propósito es formar capital humano que cumpla con los requerimientos del mercado laboral mexicano, por lo tanto sus esfuerzos se orientan a satisfacer la demanda de personas con habilidades CTIM y con ello responder a la insuficiencia de talento especializado en ciencia y tecnología que ha venido en detrimento los último 12 años (ManpowerGroup, 2018; Observatorio Laboral Mexicano [OLM] 2018).

Las acciones en atención de la escasez de personal altamente especializado en los campos disciplinares CTIM, responden a la necesidad de garantizar un crecimiento económico, político y tecnológico del país. Derivado de ello el gobierno federal ha implementado estrategias a través del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) que consisten en apertura de convocatorias de becas al exterior para estudios superiores y posgrados en las áreas de ciencias (física nuclear, química, ciencias de la tierra y energía), tecnología e ingenierías a los países líderes en éstas áreas como China, Alemania, Corea, Japón, Singapur, Egipto, Israel y España.

### **Factores de género que influyen en la elección de carrera**

Las mujeres presentan mayor aspiración que los hombres en tener una ocupación laboral en un campo CTIM, pero tienen menor sentido de autoeficacia tanto en ciencia y tecnología como en ciencias sociales y humanidades, y conforme avanzan en grado escolar, su autoeficacia también aumenta, más no su interés por elegir estudios universitarios, aun cuando sientan el apoyo de los padres, tiene mayor peso las barreras sociales percibidas (Vázquez & Blanco, 2019).

Asimismo, las percepciones que tienen los estudiantes de los campos de estudio en CTIM son descripciones poco atractivas para los jóvenes, dentro de los apelativos que les añaden a los estudiantes que se encuentran en estos campos son nerd, matado, dedicado, apasionado, desvinculado social, entre otros, además de las creencias de que hay ciertas carreras que sólo los hombres pueden estudiar y otras disciplinas en las que encuadran a las mujeres, situación que se origina a partir de la división sexual del trabajo y se ha extendido hacia las profesiones, en este sentido Ito y McPherson (2019) en su estudio encuentran que asignar un calificativo a los estudiantes de los campos CTIM como los mencionados en el párrafo anterior, influye en las mujeres de forma negativa, pero en contraposición, los hombres no se ven afectados.

## **Influencias de la familia en la elección de carrera en CTIM**

Los estudios que versan sobre los factores que intervienen en la elección de estudios universitarios enmarcan a la familia como determinante en este proceso debido a la influencia que tienen por su sentido de pertenencia y apego de la mujer, ya que en ocasiones la familia toma parte activa en la decisión con el objeto de asegurarse de que los hijos elijan bien para que en un futuro tengan éxito (Fernández, García y Rodríguez, 2016), aunque la familia no influya directamente en la elección de la joven, sí lo hace de forma indirecta con la influencia de la expectativa de retorno de inversión a largo plazo, la cual varía de acuerdo al tipo de contexto social en el que se encuentre (Piñero, 2015).

Los padres por lo general se muestran de acuerdo con la decisión de los hijos por elegir estudios universitarios que les permitan desarrollarse y acceder al campo laboral en mejores condiciones, a diferencia de quien no cuenta con estudios superiores; independientemente del campo de formación que elijan (Fernández et al., 2016).

Es entonces que la familia ejerce una figura de sistema de educación informal que enseña a los niños las reglas de comportamiento y los valores, en este contexto se inicia la interiorización de roles, mismos que reflejan los pensamientos de negatividad, inseguridad e inferioridad a través de las actitudes que toman en torno a las disciplinas que consideran no aptas para la mujer, observándose claramente la predominación de estereotipos masculinos en las ciencias e ingenierías (Cundiff et al., 2013).

Por último, Vázquez y Manassero (2015) en sus estudios encuentran que depende del entorno sociocultural, si será la madre o el padre el que tenga mayor influencia en la elección de estudios universitario de los hijos. Por lo tanto, la orientación debe trasladarse también a la familia para que cuente con los elementos necesarios y la información pertinente para acompañar de forma consciente a los hijos en el proceso de elección de carrera (Álvarez N, 2016).

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Para la recopilación de la información de la problemática planteada, se realizó una revisión sistemática de literatura como técnica exploratoria analítica. Debido a la naturaleza del estudio, no se aplicó muestreo de participantes. La búsqueda de los artículos se organizó de la siguiente manera:

- La fuente de exploración fueron revistas consultadas en bases de datos automatizadas como Redalyc, Dialnet, Springer y Scholar google.
- Las búsquedas se realizaron mediante las siguientes palabras clave del vocabulario controlado del Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE): elección de carrera, STEM, estereotipos de género, interés.

Se utilizó la técnica de cuadros de contenido para el tratamiento de los datos de identificación de los documentos, y una lista de verificación para evaluar las fuentes de información. Como Criterios de inclusión y exclusión, se eligieron documentos de revistas indizadas y arbitradas, no se tomaron en cuenta ponencias ni tesis.

Se analizaron artículos empíricos de enfoque cualitativo que tuvieran como población de estudio a estudiantes de bachillerato y cuyo objetivo fuera determinar los factores de género que influyen en la elección de carrera CTIM. La información fue analizada a través de un organizador gráfico, se identificaron las siguientes dimensiones para su análisis: tipo de estudio, país, población, año de publicación, muestra y propuestas.

## **RESULTADOS**

Los documentos revisados son de estudios empíricos cualitativos y cuantitativos, todos pertenecen a revistas indexadas y arbitradas por un proceso de doble ciego, el rango de antigüedad de las publicaciones estuvo entre los años 2004 y 2019. El enfoque de estudio que predominó fue el cuantitativo teniendo 14 documentos y cinco cualitativos. Seis estudios de Estados Unidos, cuatro de España, tres de México, uno de Cuba, Uruguay, Suecia, China, Venezuela y Costa Rica.

En Estados Unidos los estudios tienen como objetivo indagar la influencia de los estereotipos de género en el interés de los estudiantes por elección de carreras CTIM, y las perspectivas que tienen las niñas con respecto a su futuro profesional, teniendo como resultado que la autoeficacia se ve influida por los estereotipos de género, puesto que desde el seno familiar y el contexto escolar se percibe a los niños con más habilidades para las matemáticas que las niñas, lo que influye en la aspiración de formarse en una carrera CTIM de forma negativa para las mujeres, contrariamente a los hombres. (Ito y McPherson, 2018, Lent, et. al, 2005).

En México los estudios se ubican en el proceso de la orientación educativa para fomentar la capacitación de la familia en este rubro debido a que ésta influyen de manera directa en los estudiantes, sin embargo los estereotipos de género están implícitos en la percepción que tienen sobre la ciencia, ya que piensan que es una disciplina que requiere de mucho esfuerzo y aislamiento social, perfil que no cumple con lo que se espera de una niña, asimismo ésta debe considerar que al elegir una carrera profesional debe tener en cuenta su condición de género para cumplir con los roles que le impone la sociedad. (Piñero, 2015).

La influencia de los estereotipos en los intereses de los jóvenes son un predictor positivo/negativo en el proceso de elección de carrera CTIM, siendo las relaciones interpersonales las más significativas al momento de tomar una decisión (Kang, Hense, Schereersoi y Keinonen, 2018). Los estereotipos de género se trasladan al ámbito profesional teniendo una clasificación de carreras que permean en los pensamientos de los jóvenes que se convierte en una limitante al momento de optar por elegir una carrera en ciencias, ingeniería, tecnología o matemáticas (Álvarez, J, 2016).

En España es donde se han realizado mayores estudios sobre los factores que predominan en el proceso de la elección de carrera de las mujeres; han encontrado que la influencia de los estereotipos sociales de género predomina en las chicas al momento de elegir estudios profesionales y se han implementado propuestas educativas en las que su principal objetivo es fomentar la participación de las mujeres en los campos de formación CTIM. (Lorenzo, et. al, 2016).

En Latinoamérica los estudios son en torno al papel de la familia en la formación de los estereotipos, roles y moral (Álvarez, N, 2016) así como su relación en la toma de decisiones de vida que definen el futuro de un individuo, tal como lo es elegir una carrera profesional, sin embargo las creencias de que las mujeres son menos hábiles que los hombres predomina en el ámbito académico, familiar y social, teniendo entonces que ello influye en la aspiración que ellas pueden desarrollar con respecto a su futuro profesional. Además de las emociones que los estudiantes generan a partir de las experiencias de acercamiento a las materias relacionadas con disciplinas CTIM durante la educación básica (Borrachero, Dávila y Airado, 2017)

## **DISCUSIÓN**

El análisis tuvo como objetivo analizar la influencia de la familia en la elección de carreras CTIM en estudiantes de bachillerato, encontrando en los estudios revisados que los efectos en la elección de estudios universitarios tienen un impacto directo en el interés de la joven, por ser los padres los orientadores informales de la intención de formarse en una carrera que les brindara estatus, ingresos económicos, tiempo de dedicación, riesgos y expectativa de un trabajo seguro, por lo que al sentirse apoyadas por su padres tienden a elegir lo que les proponen como formación profesional, además de la tendencia de cumplir con lo que se espera socialmente de ellas como el respeto por sus progenitores y estudios con roles femeninos.

Siendo la familia principalmente uno de los grupos de alta influencia en las estudiantes por las prácticas de socialización de los estereotipos de género que intervienen en la elección de carrera (Álvarez, 2016; Rico y Trucco, 2014; Montañés, et. al, 2008; Nugent, et. al, 2015) ya que aún sigue vigente la creencia que la mujer debe elegir carreras que le permitan combinar su rol de madre, hija, esposa con el profesional y laboral (Marrero y Mallada 2009), también por el miedo de que la joven elija erróneamente y ello desencadene un fracaso (Martínez, 1993).

La familia influye de forma directa o indirecta en el proceso de elección de estudios universitarios CTIM de los jóvenes, ya sea por la opinión que los padres tienen sobre lo que se debe estudiar de acuerdo con el conocimiento que tienen de las habilidades de sus hijos, así como por la injerencia que tienen al ser la fuente de ingresos económicos que sustentarán los gastos que genere la formación universitaria de los hijos. Además de enseñar las formas de comportamiento en los jóvenes a partir del sexo desde la infancia, siendo la introyección un agente activo en el individuo, que actúa en todos los contextos en los que se desenvuelve. Es ineludible la interrelación de la familia y el género, así como su articulación en el proceso de elección de estudios universitarios.

## **CONCLUSIONES**

La familia influye significativamente en la elección de carrera, es el sistema de mayor soporte de un individuo desde la infancia, al interior del grupo familiar es donde se forman los roles, la forma de conocer y etiquetar al mundo a partir de los estereotipos que se gestan por costumbre, cultura y creencias que se van interiorizando por las dinámicas familiares, reforzadas por la sociedad en las relaciones interpersonales y las experiencias que tienen los jóvenes durante su paso por la formación básica que potencian los profesores de las áreas disciplinares en estudio.

No obstante, hay factores de género que condicionan las aspiraciones de vida profesional de las mujeres, los cuales tienen que ver con respecto al rol, la familia, obligaciones económicas, edad y las relaciones significativas que mantiene, mientras los hombres si bien no lo ponderan en primer lugar sí las tienen presentes, pero ello no les impide elegir carreras CTIM.

Por lo tanto, estudiar los factores que intervienen en la elección de carreras CTIM en las mujeres, es un preámbulo para el diseño de políticas educativas que promuevan no solo la participación de más niñas en los campos de estudios CTIM, sino en la calidad de las actividades que promueven las instituciones, en la formación de los profesores que imparten estas materias, de tal forma que la práctica educativa se imparta sin diferenciación de género, prestando atención a que haya equidad de género en la participación de los estudiantes en las competencias escolares.

## **PROPUESTAS**

- Hacer más visibles a las niñas y adolescentes en las disciplinas CTIM a través de estrategias educativas que impulsen su participación en éstas áreas.
- Capacitar a los profesores de educación básica en equidad de género en el aula y en el desarrollo de estrategias didácticas que impulsen el gusto y la motivación por el estudio de las disciplinas CTIM
- Desarrollar en la educación básica escuela para padres donde se les capacite en equidad de género y en la importancia de la presencia de las mujeres en las disciplinas CTIM.
- Acercar más la ciencia a la educación básica y media superior, que la élite científica del país ejerza su responsabilidad social hacia la comunidad.
- Diseñar políticas públicas de equidad de género o por lo menos de cuotas de género en puestos de trabajo relacionados con disciplinas CTIM.

## REFERENCIAS

- Álvarez, N. (2016). La moral, los roles, los estereotipos femeninos y la violencia simbólica. *Humanidades*, 6(1), 181-212. DOI: 10.15517/h.v6i1.24964
- Álvarez, J. (2016). La influencia de la familia en la formación profesional de los estudiantes de la ETP: una necesidad a satisfacer desde la orientación profesional. *Mendive*, 14(3), 261-269. Recuperado de: <http://mendive.upr.edu.cu/index.php/MendiveUPR/article/view/857>
- Borrachero, A., Dávila, M. y Airado, D. (2017). La influencia de las emociones en la elección de carreras universitarias. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2 (1), 125-136.
- Cano, M. (2008) Motivación y elección de carrera. *REMO*, 5(13), 6-10. Recuperado de [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-75272008000100003](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-75272008000100003)
- Cundiff, J., Vescio, T., Loken, E. y Lo, L. (2013). Do gender–science stereotypes predict science identification and science career aspirations among undergraduate science majors? *Social Psychology of Education*, 16(4), 541-554. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11218-013-9232-8>
- Fernández, C., García, O. y Rodríguez, S. (2016). Los padres y madres ante la toma de decisiones académicas de los adolescentes en la educación secundaria. Un estudio cualitativo. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 21 (71), 1111-1133. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/140/14047430006.pdf>
- Figuroa, E. (1993) La elección de carrera una decisión de gran trascendencia. *Educación*, 2(3) 5-13. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5056955.pdf>
- Ito, T. y McPherson, E. (2018) Factors influencing high school students' interest in pSTEM. *Frontiers in pshychology*, 9 (1535). DOI: 10.3389/fpsyg.2018.01535
- Kang, J., Hense, J., Scheerso, A. y Keinonen, T. (2018). Gender study on the relationships between science interest and future career perspectives. *International Journal of Science Education*, 41(1), 80-101, doi: 10.1080/09500693.2018.1534021
- Lent, R., Brown, S., Hung-Bin, S., Schmidt, J., Brenner, B., Gloster, C., Wilkins, G., Schmidt, L., Lyons, H. y Treistman, D. (2005). Social cognitive predictors of academic interest and goals in engineering: utility for women and students at historically black universities. *Journal of counseling pshychology*. 52(1), 84-92. DOI: 10.1037/0022-0167.52.1.84
- Lorenzo-Rial, M., Álvarez-Lires, F., Álvarez-Lires, M. y Serrallé- Marzoa, J. (2016). La amenaza del estereotipo: elección de estudios de ingeniería y educación tecno científica. *Opción*, 32 (9), 54-76. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/310/31048482003.pdf>
- Marrero, A. y Mallada, N. (2009). *La universidad transformadora: elementos para una teoría sobre Educación y Género*. Montevideo: Comisión Sectorial de Investigación Científica. Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/Adriana\\_Marrero/publication/287647502\\_La\\_universidad\\_transformadora\\_Elementos\\_para\\_una\\_teor%C3%ADa\\_sobre\\_educacion\\_y\\_genero/links/5678a12508ae502c99d5780e/La-universidad-transformadora-Elementos-para-una-teoria-sobre-educacion-y-genero.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Adriana_Marrero/publication/287647502_La_universidad_transformadora_Elementos_para_una_teor%C3%ADa_sobre_educacion_y_genero/links/5678a12508ae502c99d5780e/La-universidad-transformadora-Elementos-para-una-teoria-sobre-educacion-y-genero.pdf).

- Martínez, T. (1993) Familia y elección de carrera. *Perfiles educativos*, (60). Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/132/13206015.pdf>
- Montañés, M., Bartolomé, R., Montañés, J. y Parra, M. (2008). Influencia del contexto familiar en las conductas adolescentes. *Ensayos*, (17), 391-407. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3003557.pdf>
- Nugent, G., Barker, B., Welch, G., Grandgenett, N., Wu, C. y Nelson, C. (2015). A model of factors contributing to STEM learning and career orientation. *International journal of science education*, 37(7), 1067-1088. DOI: 10.1080/09500693.2015.1017863
- Piñero, S. (2015). Factores asociados a la selección de carrera: una aproximación desde la Teoría de la Acción Racional. *CPU-e Revista de Investigación Educativa*, (20), 72-99. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2831/283133746004.pdf>
- Rainey, K., Dancy, M., Mickelson, R., Steams, E. y Moller, S. (2018). Race and gender differences in how sense of belonging influences decisions to major in STEM. *International journal of STEM education*. 5(10), 2-14. DOI:10.1186/s40594-018-0115-6
- Rico, M. y Trucco, D. (2014). *Adolescentes: Derecho a la educación y al bienestar futuro*. Chile: CEPAL. Recuperado de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/35950/4/S2014097\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/35950/4/S2014097_es.pdf)
- Sinclair, S., Nilsson, A. y Cederskär, E. (2019). Explaining gender-typed educational choice in adolescence: The role of social identity, self-concept, goals, grades, and interests. *Journal of vocational behavior*, 110, 54-71. DOI: 10.1016/j.jvb.2018.11.007
- Vázquez, I. y Blanco, A. (2019). Factores sociocognitivos asociados a la elección de estudios científico-matemáticos. Un análisis diferencial por sexo y curso en la educación secundaria. *Revista de Investigación Educativa*, 37(1), 269-286. DOI: 10.6018/rie.37.1.303531
- Vázquez, A. y Manassero, M. (2015). La elección de estudios superiores científicos-técnicos: análisis de algunos factores determinantes en seis países. *Revista eureka sobre enseñanza y divulgación de las ciencias*, 12(2), 264-277. DOI: 10498/17251
- Zhou, M. y Xu, Y. (2013). University students' career choice and emotional Well-Being. *Journal of educational and social research*. 3(7). 243-248. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/89c5/4a027e0db408af37862692afb898730bc889.pdf>

# **PROPUESTA DE LA CADENA DE VALOR PARA LA APICULTURA EN EL MUNICIPIO DE BALANCÁN, TABASCO**

Raziel Esau Coop Abreu<sup>1</sup>

Kenia Landero Valenzuela<sup>2</sup>

Luis Alfredo Méndez Jiménez<sup>3</sup>

Yhadira Huicab García<sup>4</sup>

Demófilo Pérez Figueroa<sup>5</sup>

## **RESUMEN**

La cadena de valor es una herramienta estratégica que permite diseñar, producir, llevar al mercado y entregar el producto con un valor para el cliente final. Mediante esta herramienta, se pueden representar las formas en que se desempeñan las actividades hasta llegar al producto final. El objetivo del presente artículo es realizar la propuesta de la cadena de valor para la apicultura en el municipio de Balancán, Tabasco, para mejorar los procesos mediante un autoanálisis en busca de obtener ventaja competitiva focalizándose en cada uno los eslabones para hacer más rentables las actividades y generar valor al cliente final. Para efectos cognoscitivos acerca de la operatividad de la apicultura, se hizo el levantamiento de información, aplicando la encuesta diseñada a los 6 apicultores que desarrollan sus actividades apícolas en dicho municipio. La encuesta aplicada se compone por 22 preguntas, dividiéndose así en 3 partes elementales. Empleando la metodología cualitativa, se hizo el uso el método analítico–sintético y el método inductivo–deductivo, esto con un alcance descriptivo. Se encontraron como principales hallazgos, la carencia de infraestructura, equipos y herramientas para las operaciones apícolas. En base a esto se propuso la cadena de valor para la apicultura, teniendo como principal producto la miel de abeja.

---

<sup>1</sup> Instituto Tecnológico Superior de los Ríos. reca\_dance@hotmail.com

<sup>2</sup> Instituto Tecnológico Superior de los Ríos. landeros\_keny@hotmail.com

<sup>3</sup> Instituto Tecnológico Superior de los Ríos. luisito.mendez@hotmail.com

<sup>4</sup> Instituto Tecnológico Superior de los Ríos. yhadira.huicab@gmail.com

<sup>5</sup> Instituto Tecnológico Superior de los Ríos

## **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo de investigación se refiere al tema de cadena de valor para el sector apícola o bien de las actividades apícolas en el municipio de Balancán, Tabasco. Este trabajo está referido para una actividad de carácter importante, debido a la enmarcación necesaria que se le otorga al sector apícola. Resulta relevante llevar a cabo un análisis sobre los valores actuales que competen a esta actividad, dado que la apicultura es de suma importancia para la sociedad como consumidores como para el ecosistema. La investigación que se presenta gira en torno al enfoque de proponer la cadena de valor como herramienta susceptible de ser utilizada para mejorar el desempeño competitivo de la actividad apícola, pues el referido enfoque posee un gran potencial estratégico para encontrar fuentes de ventajas competitivas optimizando la creación y desarrollo de las mismas.

La creación de la cadena de valor impulsa a consideración que se le debe otorgar, debido que esta es una herramienta del pensamiento estratégico que te permite percibir desde otro punto de vista razonable a los negocios. La cadena de valor identifica las principales actividades que crean un valor para los clientes y las actividades de apoyo relacionadas. La cadena permite también identificar los distintos costos en que incurre una organización a través de las distintas actividades que conforman su proceso productivo, por lo que constituye un elemento indispensable para determinar la estructura de costos de una compañía.

La apicultura en México es una actividad que se practica desde hace varios siglos y en la actualidad ha adquirido gran relevancia socioeconómica, ya que representa una fuente importante de empleos e ingresos en el medio rural (Magaña, Travera, Salazar y Sanginés, 2016) y de divisas para el país (Sagarpa, 2010). La realidad de la apicultura es que es una actividad demasiado restringida, es decir, circunscrita a un porcentaje mínimo de la población a pesar de la exuberante vegetación de la región. La apicultura es una actividad con un alto impacto social y ambiental. Son miles las personas que están vinculadas a la actividad con una larga tradición de supervivencia en el entorno del sector apícola. Además, es una actividad en la que pueden participar personas de todas las edades y condiciones.

La apicultura es una actividad económica en consolidación, que representa un potencial de riqueza por los múltiples beneficios que se pueden obtener a través de la explotación artesanal o industrial. Además de proporcionar miel como producto principal, con la apicultura también se puede producir polen, cera, jalea real, propóleos y apitoxina, también conocido como el veneno de abejas; se pueden obtener ingresos adicionales en la venta de núcleos, colmenas, reinas y alquiler de colmenas para la polinización. Sin embargo, pese a la importancia y significancia tanto estadística como representativa del sector, existen marginalidades en torno al impacto social del mismo.

En el Municipio de Balancán no existe la cantidad de apicultores deseables para la intervención de estas actividades debido a que, por ser un subsector rezagado, no se tiene como un generador de ingresos y mucho menos de oportunidades de empleos. Esa es la idea que se tiene en el pensamiento de la mayoría de los habitantes. Con la aplicación de la herramienta del pensamiento estratégico (la cadena de valor) se pretende enmarcar de forma definida las ventajas competitivas en lo que denota esta actividad. Siendo la cadena de valor una herramienta estratégica usada para analizar las actividades que se realizan en diferentes sectores. De esta manera identificar sus fuentes de ventajas competitivas. Así como también, identificar los componentes cualitativos de la cadena de valor para los productos líder del sector apícola en el municipio Balancán, Tabasco. Para alcanzar dicho objetivo se identifican los factores internos y externos de la cadena, las actividades creadoras de valor dentro y fuera del sector (en términos generales), así como las fuentes potenciales de ventajas competitivas del producto.

Desde el punto de vista estratégico igualmente, la cadena de valor de una compañía y la forma en la cual desempeña cada actividad refleja la evolución de su propio negocio y de sus operaciones internas; la estrategia, los enfoques que utiliza en su ejecución y la economía fundamental de las actividades mismas.

Parece ser que el presente trabajo pudiera tener diferentes enfoques debido a las distintas tareas que competen en la cadena de valor. Por otro lado, lo que se busca es impulsar los valores estratégicos de la apicultura en los productos y actividades que se realizan para que de esta manera se siembre el interés en las personas, ya que ésta es una actividad práctica que permite que se involucren hombres y mujeres. Siendo así, el productor de los diversos productos que se producen en la apicultura estará siendo beneficiado por el margen de valor que se le agregan a los mismos, posicionando al subsector apícola como competitivo en la sociedad.

Según lo señalado por Porter (1986), el concepto de la cadena de valor permite identificar formas de generar más beneficio para el consumidor y con ello obtener ventaja competitiva. El concepto radica en hacer el mayor esfuerzo en lograr la fluidez de los procesos centrales de la empresa, lo cual implica una interrelación funcional que se basa en la cooperación.

El instrumento más utilizado para realizar un análisis que permita extraer claras implicaciones estratégicas para el mejoramiento de las actividades con un enfoque de eficiencia y eficacia es la Cadena de Valor (Porter, 2004). Según Mayo (2005), expresa que el análisis de la cadena de valor es una técnica original de Michel Porter con el fin de obtener ventaja competitiva.

De acuerdo a lo dicho por Michael Porter, en lo que se refiere a la idea que se plantea en la cadena de valor, en base a las menciones anteriores, en esta investigación se pretende realizar un cadena de valor, implementándola como una herramienta del pensamiento estratégico para que de esta manera se logre la extracción del valor del sector apícola como vinculo de intervención dentro de su impacto que este causa al medio ambiente en su aprovechamiento a las actividades primarias de la agricultura. Según Arce y Martínez (2017), la cadena es un instrumento de decisión y proporciona información al categorizar las actividades que producen valor añadido en una organización e identificar las actividades que le generan una ventaja competitiva sustentable.

Además de todo lo anterior, cabe resaltar que según la Flores y Ward (2013), la apicultura es una actividad económica en consolidación, que representa un potencial de riqueza por los múltiples beneficios que se pueden obtener a través de la explotación artesanal o industrial. Además de proporcionar miel como producto principal, con la apicultura también se puede producir polen, cera, jalea real, propóleos y veneno de abejas; se pueden obtener ingresos adicionales en la venta de núcleos, colmenas, reinas y alquiler de colmenas para polinización. La apicultura es una actividad que se practica desde hace varios siglos y en la actualidad ha adquirido gran relevancia socioeconómica, ya que representa una fuente importante de empleos e ingresos en el medio rural (Magaña et al, 2016) y de divisas para el país (Sagarpa, 2010).

La apicultura produce importantes beneficios en la creación de empleos, generación de divisas, fuente de alimentos y de medicina natural popular; también es fundamental para la agricultura y el medio ambiente a través de la polinización. En el municipio de Balancán es desarrollada principalmente por micro y pequeños apicultores independientes o en redes

informales, pero que a su vez aportan de los productos que origina la apicultura al índice de producción.

## **OBJETIVOS Y METAS**

### **Objetivo General**

Proponer la cadena de valor para la apicultura en el municipio de Balancán como herramienta estratégica para mejorar las actividades que se realizan para la obtención de la miel como principal producto apícola y así obtener ventaja competitiva focalizándose en cada uno los eslabones de la cadena, para hacer más rentables las actividades y generar valor al cliente final.

### **Objetivos específicos**

- Describir el desarrollo de las actividades de la apicultura.
- Describir los servicios de apoyo para la cadena de valor apícola
- Enmarcar los dos tipos de actividades de valor de la apicultura: Primaria y secundaria.
- Originar ventajas competitivas mediante la optimización y la coordinación.
- Impulsar la importancia de la apicultura mediante la cadena de valor
- Describir los procesos de las actividades con base a la cadena de valor
- Enmarcar la infraestructura necesaria para agregar valor a la miel como producto final

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Según Fernando Fernández (2018), es importante llevar a cabo la aplicación de los métodos, debido a que es el modo de conducir una investigación, el cual puede encerrar una serie de procedimientos. Debido al proceso para construir la cadena de valor, la metodología es cualitativa, ya que por las características que presenta, éste se guía por áreas o temas significativos (Sampieri, Metodología de la Investigación, 2014).

Asimismo, Sampieri (2014) dice que los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas.

En el enfoque cualitativo, el diseño se refiere al abordaje general que se utilizó en el proceso de la investigación. El diseño, al igual que la muestra, la recolección de los datos y el análisis, va surgiendo desde el planteamiento del problema hasta la inmersión inicial y el trabajo de campo y, desde luego, sufre modificaciones, aun cuando es más bien una forma de enfocar el fenómeno de interés. Dentro del marco del diseño se realizan las actividades mencionadas hasta ahora: inmersión inicial y profunda en el ambiente, estancia en el campo, recolección de los datos, análisis de los datos y generación de teoría.

De acuerdo a Sampieri (2014, pág. 471) el diseño será el de una teoría fundamentada, ya que a través de éste se responden preguntas acerca de los procesos y relaciones entre conceptos que conforman un fenómeno.

La metodología implementada en este estudio consistió en una investigación de tipo descriptiva, la cual se basó en la observación y recopilación de datos de las prácticas apícolas actuales de los productores involucrados, esto con el propósito de analizar la información obtenida para el desarrollo de la cadena de valor.

Para la realización de las actividades involucradas al tema se tiene el uso de los siguientes métodos que se basan en los enfoques mencionados anteriormente, estos son:

- **Estudio Analítico-Sintético** son dos procesos cognoscitivos que cumplen funciones muy importantes en la investigación científica. El análisis es un procedimiento mental mediante el cual un todo complejo se descompone en sus diversas partes y cualidades. La síntesis establece mentalmente la unión entre las partes previamente analizadas y posibilita descubrir las relaciones esenciales y características generales entre ellas.
- **Método Inductivo–Deductivo:** El método inductivo es aquel que establece proposiciones de carácter general obtenidos de la observación y análisis de conductas particulares. El método deductivo es aquel en que una proposición más general enuncia o explica las conductas particulares.

Esta investigación se llevó a cabo mediante los parámetros establecidos de las dos fuentes más comunes y prácticas que permiten desarrollar un estudio favorable, las fuentes que se utilizaron para la recolección de datos fueron las siguientes:

- **Fuentes primarias:** Las fuentes primarias están constituidas por documentos que contiene información para favorecer el estudio, este tipo de fuente se distingue por la utilización de artículos y revistas científicas, documentos que satisficieron la demanda de información de este trabajo.
- **Fuentes secundarias:** Se recopiló un conjunto de información del tema en específico a través de la consulta en datos estadísticos consultados en censos anuarios de bases de datos especializadas.

Para llevar a cabo la recolección de datos, se utilizaron tres técnicas muy prácticas que brindan datos concretos, para que de esta manera se pueda desarrollar el proceso de la investigación que se requiere.

Las técnicas fueron las siguientes:

- **Observación:** Con la aplicación de esta técnica se obtuvieron ventajas de información, debido a que, mediante ésta, fue posible observar las prácticas en las actividades apícolas, así como también la utilización de herramientas y tecnologías para el desarrollo productivo de los productos de la apicultura. Esta es una técnica de recolección de datos que sirve como base para la elaboración de la cadena de valor.
- **Encuesta:** Se llevó a cabo la elaboración de una encuesta exclusivamente dirigida al perfil del apicultor, se encuestaron únicamente a los apicultores del municipio de Balancán. La encuesta realizada consta de 22 preguntas. La encuesta se hizo con el objetivo de poder obtener información acerca de la operatividad que se realiza en las actividades apícolas y en base a esto poder elaborar la cadena de valor como propuesta.
- **Entrevista:** Se tuvo una entrevista de carácter informativa con los apicultores, en donde se abordaron temas que puedan fortalecer la elaboración de la cadena de valor.

En base a la realización de este trabajo de tesis, se ha considerado como unidad de análisis a los apicultores del municipio de Balancán (Cabecera Municipal) que se encuentran con expedientes en la SADER (SAGARPA) de este municipio. Con base a los expedientes registrados en la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural del municipio, se han considerado a los 6 apicultores que desempeñan sus actividades apícolas en este lugar.

El instrumento de medición que se utilizó fue la aplicación de una encuesta dirigida a los apicultores del municipio. La encuesta se compuso por la elaboración de 22 preguntas. Se dividió en 3 partes elementales: La primera parte está compuesta por las primeras 5 preguntas, en donde el objetivo es conocer mediante éstas, las generalidades del apicultor, estas preguntas son de manera abiertas. La segunda parte de la encuesta se compone por 4 preguntas, las cuales tienen como objetivo conocer las herramientas con las que el apicultor cuenta para llevar a cabo sus actividades apícolas, estas preguntas son de opción múltiple. Por último, la tercera parte se compone por las 13 preguntas finales, en donde el objetivo es conocer la operatividad con la que los apicultores trabajan, y así tener principios fundamentados para elaborar la cadena de valor, estas preguntas son de forma abierta.

## RESULTADOS

A continuación se muestran los resultados obtenidos de este artículo. Con base a la información obtenida de la aplicación de las 6 encuestas a los diferentes apicultores del municipio de Balancán, se elaboró la cadena de valor del producto principal de la apicultura, siendo éste la miel. Cabe mencionar que, según datos proporcionados en las encuestas, el producto de mayor índice de producción de las colmenas es la miel. Los apicultores encuestados coinciden en lo mismo, debido que la miel es el principal producto originado por las abejas.

### Apicultores encuestados del municipio de Balancán

Tabla 1  
*Apicultores de Balancán, Tabasco*

<b>Nombre del apicultor</b>	<b>Grado académico</b>	<b>Numero de colmenas</b>	<b>Tiempo de ser apicultor (años)</b>
<b>Jorge Luis Chávez Molina</b>	Licenciatura	60	40
<b>Luis Francisco Abreu</b>	Licenciatura	20	3
<b>Orozco</b>			
<b>Jorge Eudaldo Chávez</b>	Licenciatura	30	3
<b>López</b>			
<b>Jacobo José García Arévalo</b>	Secundaria	16	3
<b>Abel Que Cervera</b>	Carrera Técnica	10	5
<b>Benjamín García Nazar</b>	Secundaria	10	3

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la tabla anterior, se observa que actualmente en el Municipio operan 6 apicultores llevando a cabo sus actividades apícolas. Siendo el de mayor índice de colmenas el Ing. Jorge Luis Chávez Molina, contando con la cantidad de 60 colmenas en producción y siendo también el de mayor antigüedad, contando con 40 años de operatividad en lo que se refiere a la apicultura. Consiguiente a esto, el Lic. Jorge Eudaldo Chávez Molina cuenta con 30 colmenas en producción, teniendo una antigüedad de 3 años en la realización de estas actividades. Como siguiente apicultor, en lo que se refiere a números de colmena, se tiene al Ing. Luis Francisco Abreu Orozco, operando con 20 colmenas en producción, durante 3 años. En la cuarta postura se ubica al C. Jacobo García Arévalo, cuenta con 16 colmenas en producción, por un tiempo de 3 años de operación en este sector. Por último, los ciudadanos Abel Que y Benjamín García cuentan con 10 colmenas en producción cada uno, siendo el de mayor antigüedad de 5 años de operación el C. Abel Que y de 3 años el C. Benjamín García.

Cabe mencionar, que el 50% de los apicultores cuenta con un nivel académico de Licenciatura, mientras que el otro 50% están ubicados en estudios de nivel medio superior y secundaria. Cabe resaltar que, para llevar a cabo las actividades apícolas, no se requiere de un nivel de estudios requeridos, debido a que las actividades que se desarrollan son muy prácticas para cualquier persona que muestre el interés para involucrarse en la apicultura, desarrollando actividades sobre el cuidado y manejo técnico de las abejas.

A continuación se muestra una de las encuestas que se aplicaron, esto como ejemplo para analizar la información que se obtuvo

### Encuesta aplicada al Ing. Jorge Luis Chávez Molina, usada como muestra del estudio

SEP SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA INSTITUTO TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO BALANCÁN

Soy alumno del Instituto Tecnológico Superior de los Ríos de la Licenciatura en Administración del 9no semestre. La siguiente encuesta se hace con el fin de recaudar información operacional sobre la apicultura en el municipio de Balancán, para que en base a esto se elabore la herramienta del pensamiento estratégico, siendo esta, la cadena de valor.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS APICULTORES DEL MUNICIPIO DE BALANCÁN

Objetivo: Recabar información operacional a cerca de la apicultura para que en base a esto se construya la Cadena de Valor.

Instrucciones: Lea detalladamente cada una de las preguntas y responda en base al perfil que tiene como apicultor.

Nombre del Apicultor: Jorge Luis Chávez Molina

Grado Académico: Licenciatura

PARTE I: GENERALIDADES

1- ¿Qué tiempo lleva siendo apicultor?  
40 años

2- ¿Con cuantas colmenas inició sus operaciones?  
con cinco

3- ¿Cuántas colmenas en total tiene actualmente?  
60 colmenas en producción

4- ¿En sus actividades apícolas intervienen terceras personas para llevar a cabo el manejo técnico de las abejas? No solo para limpieza

5- Si su respuesta anterior fue negativa, responda ¿Es usted el encargado de realizar el cuidado y manejo técnico de las abejas? Así es

SEP SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA INSTITUTO TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO BALANCÁN

PARTE II: HERRAMIENTAS DE LA APICULTURA

6- Marque con una (X) el equipo de protección con el que cuenta  
Velo Overol Guantes Botas Todas las anteriores

7- Marque con una (X) el equipo de manejo con el que cuenta  
Espátula Ahumador Cepillo Pinzas Todas las anteriores

8- Marque con una (X) el equipo de extracción de miel con el que cuenta  
Extractor Banco desoperculador Cuchillo Desoperculador Todas las anteriores

9- Marque con una (X) el medio de almacenamiento que utiliza para la miel  
Tanques de Acero Inoxidable Bidones Garrafas Botellas Todas las anteriores

PARTE III: INFORMACIÓN OPERACIONAL

10- ¿Con qué infraestructura cuenta para llevar a cabo sus operaciones?  
No cuenta con infraestructura las operaciones se realizan a cielo abierto

11- En términos de RH, ¿con cuántas personas lleva a cabo sus actividades apícolas? Para el manejo normal con 3 En pocas de la cosecha utiliza 6

12- Las personas que colaboran, reciben algún tipo de capacitación u orientación al respecto? Si las minimas precautorias

13- ¿Usted lleva a cabo los cambios e innovaciones en lo que se refiere para el equipo de la apicultura? Si

14-Mencione que tipo de insumos adquiere para el cumplimiento de las actividades apícolas *Azúcar, vitaminas, cera estampada, Tarta proteica, Alambre calibre 12, Antibióticos*

15-En general, ¿Cuáles son los productos que se producen en la apicultura?  
*En lo personal producen Miel, cera, propóleos y avces, Polen y núcleos para la venta*

16-De los productos mencionados anteriormente ¿Cuáles obtiene usted como productor apícola? *Todos*

17-¿Cuál o cuáles de los productos de las abejas tiene mayor índice de producción en su apiario? *La miel*

18-¿Cómo es la logística interna en sus actividades?  
*Revisión, manejo preventivo de plagas y enfermedades, preparación del colmenar para cosecha y la limpieza*

19-¿Cómo es la logística externa en sus actividades?  
*Preparación y reparación de equipo*

20-¿Realiza algún tipo de actividad de Marketing y ventas para mayor participación en el mercado? Mencione cuáles *Redes sociales, Facebook, Wasap.*

21-¿Cuáles son las operaciones aplicables al producto para ponerlo en el punto de venta? *Yo vendo en mi domicilio*

22-Por último, ¿Qué conocimiento tiene sobre la Cadena de Valor?  
*son los requisitos legales que lleva el producto*

## Análisis general de la información recolectada

Con base a la información recolectada por los apicultores encuestados en dicho municipio, se tiene que la situación actual apícola ha perdido gran validez en lo que se refiere al equipamiento e infraestructura para llevar a cabo a las actividades, para que con base a esto se obtengan los productos que te proporciona este subsector. Sin duda alguna, lo que mayor se produce y como principal producto es la miel. Por lo tanto, la propuesta de la cadena de valor en este capítulo se enfoca a la producción única de la miel.

En la entrevista que se tuvo con el apicultor Chávez, comenta que en Balancán se producen de 25 a 30 kilos de miel por colmenas al año, lo que viene a redituarse que anualmente existe una producción de más de 4 toneladas miel. Se mencionó también que el periodo comprendido de cosecha da sus inicios en febrero para concluir en mayo, haciendo un total de 4 meses de duración. Actualmente el litro de miel en Balancán se vende alrededor de \$150.00.

En la entrevista que se tuvo con los apicultores, se abordaron principios básicos de la apicultura que se deben tener en cuenta para iniciar en la operatividad de las actividades apícolas.

Según los apicultores, la Información básica sobre los inicios de la actividad apícola es la siguiente:

Para instalar un apiario es necesario conseguir un buen asentamiento. Las características del entorno van a determinar la cantidad y calidad de la miel obtenida. Es importante que se busque un lugar con abundantes floraciones continuas, sin mucha humedad. Se deben evitar los terrenos muy húmedos o anegados porque perjudican la salud de las abejas. Se recomienda nivelar apropiadamente el asentamiento para que las colmenas queden en una posición adecuada. El número de colmenas que se van a instalar depende de la floración del entorno. Sin embargo, se considera que una región con flora natural puede acoger alrededor de cincuenta colmenas. Las colmenas deben estar perfectamente aisladas del suelo, y en cuanto a su ubicación, lo ideal es que se dispongan de sur a sureste, a fin de aprovechar al máximo la luz del sol. También puede ser provechoso plantar árboles frutales entre las colmenas para que den sombra en verano y dejen pasar el sol en invierno.

En cuanto a la disposición de las colmenas, deben estar al menos a cincuenta centímetros del suelo; también se debe dejar un pasillo de al menos un metro y medio para pasar con comodidad con la carretilla o algún otro vehículo de pequeño porte. Esta separación puede variar de acuerdo a la cantidad de colmenas, además cada apicultor puede elegir la medida que le resulte más cómoda para cumplir con su actividad.

## **FACTORES EXTERNOS E INTERNOS**

### **Factores externos**

Según David (2013) en su libro de Administración Estratégica, un análisis competitivo se basa en el modelo las fuerzas de Porter. De acuerdo a las actividades apícolas que se practican en el municipio de Balancán, se tiene el análisis de las fuerzas de Porter:

1. Rivalidad entre empresas competidoras: La apicultura en el municipio de Balancán es una actividad que se practica en su totalidad por grupos de familias. No hay algún otro sector de tipo apícola que brinde los beneficios a como éste lo ofrece, por lo tanto, la apicultura es única en su naturaleza en dicho municipio.
2. Entrada potencial de nuevos competidores: la amenaza de la competencia no es algo preocupante para los apicultores en este municipio, debido a que no hay industrias ni sectores que se dediquen a la producción de productos derivados de la abeja.
3. Desarrollo potencial de productos sustitutos: En el mercado en el que se distribuyen los productos derivados de la apicultura, no hay productos similares que puedan sustituir, en este caso a la miel como el producto principal apícola.

Tabla 2

Foda externo: Oportunidades y amenazas

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Incremento en el consumo de miel</li> <li>▪ Consumo de productos naturales</li> <li>▪ Consumo en nuevos mercados</li> <li>▪ Incremento de la productividad</li> <li>▪ Aumento de colmenas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desconocimiento del origen de la miel por parte de los consumidores</li> <li>▪ Alta variabilidad de los precios</li> <li>▪ Incremento constante de los requerimientos de calidad</li> <li>▪ Índice bajo de producción</li> </ul>

Fuente:

**Factores internos**

Cadena de Valor: Mediante el análisis de la cadena de valor se pueden examinar las diversas actividades que participan en el proceso de obtención de la miel. Con base a esto, se presenta la propuesta de la cadena de valor.

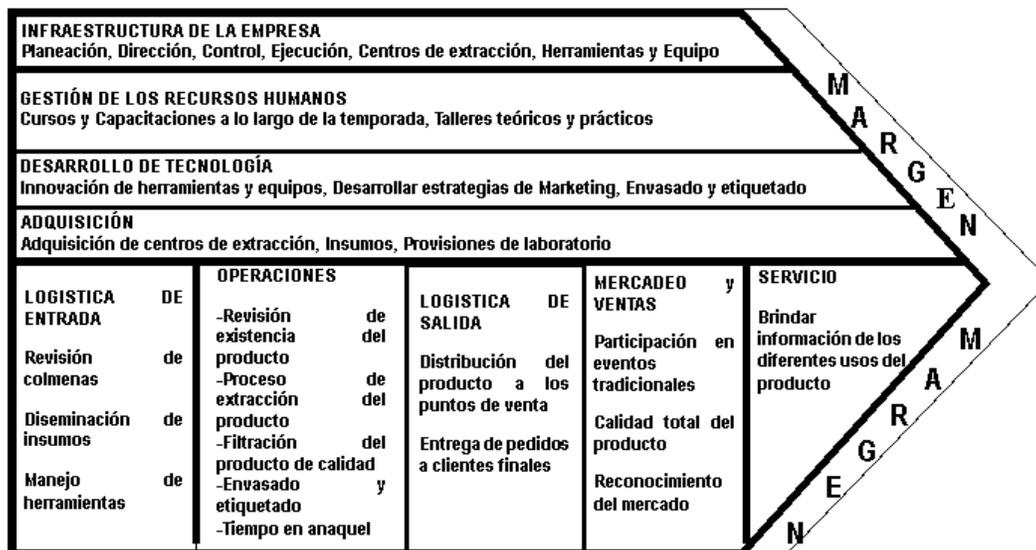


Figura: Cadena de valor para la apicultura: Miel

Fuente: Elaboración propia

## **TIPOS DE ACTIVIDADES DE LA CADENA DE VALOR**

### **Actividades de apoyo**

- **Infraestructura de la empresa**

Para llevar a cabo las actividades con gran eficacia, se tiene que contar con la infraestructura adecuada para operar de la mejor manera. El establecimiento de los centros de extracción de miel o granja apícola es una de las infraestructuras que beneficia para llevar a cabo una correcta administración y ejecución de las actividades.

- **Gestión de los Recursos Humanos**

Para ejecutar cada actividad apícola se debe tener un vasto conocimiento del manejo general de dichas actividades. Llevar a cabo talleres teóricos y prácticos para brindar información oportuna.

- **Desarrollo de la tecnología**

La calidad del producto depende en gran parte de la tecnología, debido al tipo de material con la que el equipo que se utiliza está hecho. La innovación permite el seguimiento de los estándares de calidad para que el producto llegue con valor al cliente final.

- **Adquisición**

Contar con los insumos para llevar a cabo el cuidado y manejo técnico de las abejas garantiza una mayor producción de la miel.

### **Actividades primarias**

- **Logística de entrada**

Es necesario llevar a cabo actividades de almacenamiento, así como también los insumos utilizables para complementar al producto final. La logística interna o de entrada va desde el control de inventarios hasta la programación de actividades.

- **Operaciones**

Realizar actividades que se asocian a la transformación del producto, llevar a cabo las operaciones con el equipo correcto.

- **Logística de salida**

Llevar a cabo la entrega del producto de manera organizada, abasteciendo el mercado, así como abastecer el procesamiento de pedidos.

- **Mercadeo y ventas**

Establecer una red de ventas para facilitar al cliente la adquisición del producto, llevar el producto a los puntos de ventas para los compradores.

- **Servicio**

Brindar información funcional acerca de la calidad del producto.

Tabla 3

*Foda interno: Fortaleza y Debilidades*

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Competitividad</li><li>▪ Aumento de colmenas</li><li>▪ Apicultores con conocimiento</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Poca coordinación entre apicultores</li><li>▪ Insuficiente financiamiento</li><li>▪ Falta de tecnología</li></ul>

Fuente:

## **DISCUSIÓN**

La cadena de valor es una herramienta básica para llevar a cabo un análisis o la examinación de las actividades; en este caso las actividades que se comprenden en los procesos de elaboración de un producto. Al llevar a cabo la propuesta de la cadena de valor, fue necesario conocer las actividades prácticas de la apicultura en el Municipio de Balancán, para que con base a esto se propusieran eficazmente los puntos estratégicos que se pueden desempeñar para ejecutar las operaciones apícolas. Los resultados obtenidos fueron los esperados, tal y como lo señala Michael Porter, la cadena de valor es útil para disgregar las actividades y encontrar las partes estratégicas que le dan valor al producto y así poder obtener ventaja competitiva.

## CONCLUSIONES

La cadena de valor también es catalogada como un enfoque para la mejora y la optimización del servicio al cliente, a través de ésta se realizan procesos de calidad. Con base a esto, es importante mencionar que el objetivo de este trabajo de tesis fue realizar la propuesta de la cadena de valor para la apicultura en el Municipio de Balancán. Para proponer esta herramienta estratégica se utilizó como base la información recolectada por parte de los apicultores a través de una encuesta de alcance operacional. Realizando un análisis de las operaciones actuales, se puede percibir que es necesaria la aplicación de la cadena de valor para agregar valor al producto final, que en este caso es la miel como tal. Es necesaria la aplicación debido a que la apicultura en este municipio carece de infraestructura, equipo y herramientas, así como también el desarrollo de la tecnología para llevar a cabo la operatividad. Se puede concluir que, con la propuesta de la cadena de valor, se podrán desarrollar eficazmente las operaciones y procesos para obtener la miel como producto con valor para el cliente final. Como cierre de este trabajo se corroboró que se cumpliera la hipótesis realizada, ya que se elaboró la cadena de valor, llevando a cabo la descripción de las actividades de la apicultura.

## REFERENCIAS

- Dirección de Ciencia y Tecnología Agropecuaria. (2005). Diseño de una minicadena productiva para apicultura orgánica en San Andrés Islas a través de un itinerario de ruta como herramienta de gestión e integración. Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria, 129 - 147.
- Flores, D. y Ward, S. (2013). Diseño de una minicadena productiva para apicultura orgánica en San Andrés Islas a través de un itinerario de ruta como herramienta de gestión e integración. Corporación colombiana de investigación agropecuaria, 14(12), 129-147.
- Arce, B. y Martínez, E. (2007). Modelo de cambio organizacional para la creación de pequeñas y medianas empresas de productos no tradicionales. Ingeniería Industrial, 28(3), 25-29.
- David, F. (2013). Conceptos de administración estratégica. México: Pearson Educación.
- Fernández, F. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. CDMX: McGraw-Hill.
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: McGraw-Hill Education
- Magaña, M., Travera, M., Salazar, L. y Sanginés, J. (2016). Productividad de la apicultura en México y su impacto sobre la rentabilidad. Revista Mexicana de Ciencias agrícolas, 7(5), 1103-1115.
- Mayo. (2005). Cadena de valor. Revista Indígena.

- Porter, M. (1986). Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. México: Compañía editorial continental. Porter, M. (01 de 01 de 2004). Recuperado el 14 de 03 de 2019, de <https://www.gestiopolis.com/cadena-de-valor-y-ventaja-competitiva/>
- Venegas, B. y Loredo, N. (2004). Cadenas de valor y ventaja competitiva. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/cadena-de-valor-y-ventaja-competitiva/>
- Sagarpa. (Marzo de 2010). Conacyt. Recuperado el Marzo de 2019, de Conacyt: <https://www.conacyt.gob.mx/index.php/sni/convocatorias-conacyt/convocatorias-fondos-sectoriales-constituidos/convocatoria-sagarpa-conacyt/historicas-sagarpa/2010-03-sagarpa-conacyt>
- Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la investigación. México: McGrawHill.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill Education.

# **CADENA DE VALOR, UNA EFICAZ ESTRATEGIA DE MARKETING EN LAS MIPYMES QUE ELABORAN PANETELAS EN LA ZONA RÍOS DEL ESTADO DE TABASCO**

Kenia Landero Valenzuela<sup>1</sup>

Luis Alfredo Méndez Jiménez<sup>2</sup>

Yhadira Huicab García<sup>3</sup>

Raziel Esau Coop Abreu<sup>4</sup>

## **RESUMEN**

Las MiPyMes (Micro, pequeña y mediana empresa) buscan continuamente estrategias que les permitan tener un crecimiento en ventas y posicionarse en mercados estratégicos que le permitan o lograr consolidarse, por ello esta investigación utiliza la cadena de valor como una herramienta estratégica de marketing que coadyuvará a determinar las actividades que generen valor a la empresa y les permitan posicionarse en un entorno altamente competitivo, caso MiPyMes de la zona ríos del estado de Tabasco que elaboran panetelas.

Las MiPyMes de la zona ríos del estado de Tabasco enfrentan grandes limitaciones y grandes cambios en torno al mercado; entre los desafíos se encuentra la falta de tecnología avanzada, innovación, calidad total, productividad, exigencia de los clientes, etc; el apoyarse en la cadena de valor les permitiría reestructurar sus procesos generándoles todo un sistema de valor desde la adquisición de la materia prima hasta su terminación como producto final.

**PALABRAS CLAVE:** Mipymes, ventaja competitiva, cadena de valor.

---

<sup>1</sup> Instituto Tecnológico Superior de los Ríos. landeros\_keny@hotmail.com

<sup>2</sup> Instituto Tecnológico Superior de los Ríos. luisito.mendez@hotmail.com

<sup>3</sup> Instituto Tecnológico Superior de los Ríos. yhadira.huicab@gmail.com

<sup>4</sup> Instituto Tecnológico Superior de los Ríos. reca\_dance@hotmail.com

## **INTRODUCCIÓN**

En la actualidad ser competitivos es vital para la supervivencia de las MiPyMes al constituir una referencia de la capacidad de anticipación y respuesta a los retos del entorno (Camisón, 1996). En México, la micro, la pequeña y mediana empresa revisten gran importancia como generadoras de empleo y de riqueza; a pesar de que constituyen el 99.2 % del total de las empresas uno de los principales problemas a los que se enfrentan es la falta de financiamiento, a lo que se suele sumar la falta de integración o articulación, debido a la inadecuada organización y planeación, así como la falta de competitividad. (Vásquez, 2009). Actualmente, 90 % de las empresas en México son empresas familiares, las cuales representan 30 % del PIB y generan 80 % de los empleos del país. (Valda, 2009).

En el caso de las MiPyMes de la región de Los Ríos que elaboran panetela son 100 % familiares, fueron creadas con la finalidad de darle sustento a una familia, de manera que, en ellas se encuentran laborando integrantes de la familia del propietario, y son microempresas ya que de acuerdo con la estratificación del Sistema de Información Empresarial (SIEM, 2012) se considera como microempresas aquellas que cuentan hasta con diez empleados como es el caso de ésta.

Estas microempresas muestran ciertas deficiencias en varios factores que generan ventajas competitivas por lo que se requiere del análisis y el conocimiento de la cadena de valor, conformada por una serie de actividades como el diseño, la producción y la distribución de productos, así como a las interacciones entre estas. El plan estratégico para productos de consumo, requieren de análisis e información externa e interna para diseñar una estructura lógica de aplicación estratégica que conlleve a que las empresas compitan con productos de valor añadido en la búsqueda de ganar mercados y segmentos que les generen prestigio y rentabilidad, ya que la cadena de valor permite describir y a determinar las actividades de una organización empresarial que generen valor al producto final, descrito y popularizado; a través del diseño de la cadena de valor comercial permitirá generar ventajas competitivas así como diferenciarse por el tipo de producto que elaboran ya que es considerado como típico-artesanal.

## **OBJETIVOS Y METAS**

Diseñar la cadena de valor comercial de las MiPyMes que producen la panetela en la zona de Los Ríos del estado de Tabasco con el fin de generar ventajas competitivas en su comercialización para el posicionamiento como producto artesanal.

- Analizar las características y los procesos de las MiPyMes que elaboran la panetela en la zona de Los Ríos del estado de Tabasco con la finalidad de conocer áreas de oportunidad en la comercialización.
- Diagnosticar los factores de competitividad que impactan en el desarrollo empresarial de las Mipymes de este sector en la región de Los Ríos.
- Diseñar estrategias comerciales que permitan generar ventajas competitivas y crear valor en las MiPyMes que producen la panetela en la zona de Los Ríos del estado de Tabasco.
- Proponer la cadena de valor comercial de las MiPyMes que producen la panetela en la zona de Los Ríos del estado de Tabasco.

## DESARROLLO

La cadena de valor es una poderosa herramienta de análisis para planificación estratégica. Su último objetivo es maximizar la creación de valor mientras se minimizan los costes. De lo que se trata es de crear valor para el cliente, lo que se traduce en un margen entre lo que se acepta pagar y los costos incurridos por adquirir la oferta y así tener un mejoramiento en el desarrollo económico en las MiPYME de la zona ríos. Por ello se procedió analizar las características de este tipo de empresas.

Las panetelas se consideran productos artesanales ya que son elaborados totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado.



Figura 1. Panetelas elaboradas en el municipio de Emiliano Zapata.

Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los empresarios en la zona Ríos inician su negocio con recurso propios, aunque tienen alternativas como los bancos, pero esto no es fácil, porque les cobra intereses muy altos a sus capacidades de pago, siendo esto para los pequeños empresarios no factible. De igual manera no poseen habilidades administrativas, lo que pone en desventaja a este tipo de empresas y podría tener una tendencia al fracaso lo que conlleva a un poco o nulo desarrollo económico porque no cumplen con la solides, el conocimiento y preparación para enfrentar las exigencias del mercado y la competitividad de la región; siendo el miedo a salir de su zona de confort unos de los impedimentos a su crecimiento. Las empresas familiares pasan por etapas de desarrollo y crecimiento predecible, y tienen que enfrentar una gran variedad de cambios. El cambiante ciclo de vida de sus productos, las fluctuantes condiciones competitivas, el desarrollo personal de los dueños-empresarios, y las necesidades cambiantes de la familia, todo afecta el resultado. Por ello se considera importante considerar a la cadena de valor como una herramienta que permita dar valor a las actividades de suma importancia para estas organizaciones.

Capturar el valor generado a lo largo de la cadena es la nueva aproximación que han adoptado muchos estrategias de la gestión. A base de explotar la información que se dirige hacia arriba y hacia abajo dentro de la cadena, las compañías pueden intentar superar los intermediarios creando nuevos modelos de negocio. La cadena de valor de una empresa se debe enlazar con las cadenas de valor de sus proveedores, distribuidores y clientes. Una red de valor consiste en sistemas de información que mejoran la competitividad en toda la industria promoviendo el uso de estándares y al dar a las empresas la oportunidad de trabajar de manera más eficiente con sus socios de valor. El impulsar el desarrollo económico integral y sustentable de los municipios de la zona Ríos del estado de Tabasco, debe ser mediante la atracción y generación de Inversiones, el incremento de la actividad turística, el fomento y fortalecimiento de las empresas a través de capacitación, asistencia técnica y apoyos financieros generando así la formación de oportunidades de empleo, que permitan elevar la competitividad y la calidad de vida de los habitantes del municipio.

La investigación se llevó a cabo en los municipios de Emiliano Zapata, Tenosique y Balancán pertenecientes a la zona Ríos del estado de Tabasco; esta subregión de Tabasco se localiza en la parte más oriental del estado, en los límites con el estado de Campeche y la República de Guatemala. Se llama así por la gran cantidad de ríos que la cruzan, entre ellos, el río Usumacinta, el más caudaloso del país y el río San Pedro Mártir.

Cabe mencionar que esta región se caracteriza por elaborar productos típicos artesanales como el queso de poro, mantequillas, tostadas de pozol y panetelas, entre otros.

De acuerdo a otras investigaciones realizadas en la zona ríos se tiene que de las empresas que producen panetelas ocupan el 4% del total de empresas de productos típicos.

PRODUCTOS	PORCENTAJE%
Queso de Poro	52%
Tostada de Pozol	11%
Queso Ahumado	22%
Panetelas	4%
Mantequilla	11%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Figura 2. Tabla de distribución de las MiPyMes que elaboran productos típicos en la zona Ríos  
Fuente: Proyectos de Investigación del ITSR

**DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS ¿CUÁL ES EL QUE ELABORA?**

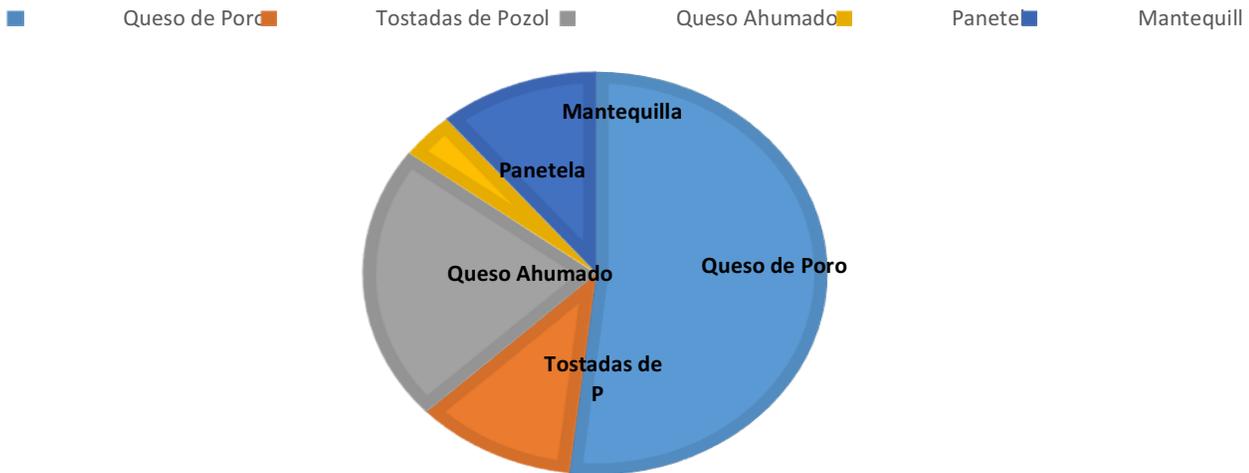


Figura 3. Gráfica de distribución de las MiPyMes que elaboran productos típicos en la zona ríos  
Fuente: Proyectos de Investigación del ITSR

**METODOLOGÍA**

El enfoque de la presente investigación es cuantitativo, la recolección de datos se realizó por medio de la aplicación del instrumento de medición, su alcance es descriptivo al considerar al fenómeno estudiado y sus componentes con la finalidad de describir las características las

microempresas empresas como la problemática, potencialidades etc. con alcance exploratorio al indagar problemas poco estudiados.

Se realizó una investigación donde se encuestaron a las 25 MiPyMEs de los municipios de Emiliano Zapata, Tenosique y Balancán, ya que fueron el total de empresas encontradas en los mismos.

Se validó el instrumento en el programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), al dar como resultado 0.83 de Alfa de Cronbach, de igual forma a través del cuerpo académico de la Licenciatura en Administración del Instituto Tecnológico Superior de los Ríos (ITSR), el constaba de 22 ítems.

Las unidades de análisis tienen al menos tres años de antigüedad, ya que se desea conocer el crecimiento de ventas en ese periodo y de acuerdo con la Secretaría de Economía, los primeros dos años de vida de una empresa pequeña son los más difíciles, ya que hasta el 65% de ellas desaparece en ese lapso. Por ello, se analizaron las 25 microempresas ya que todas han logrado superar estos dos primeros años.

De acuerdo a la investigación una característica de los productores al aperturar estas microempresas es que fueron creadas con la finalidad de darle sustento a una familia, de manera que, en ellas se encuentra laborando integrantes de la familia del propietario, por lo que anteriormente se señaló que son empresas 100% familiares.

## RESULTADOS

Respecto a las características generales de las microempresas que se dedican a la elaboración de la panetela en la zona ríos del estado de Tabasco, se encontró de acuerdo al instrumento aplicado, lo siguiente:

### 1.- Porcentaje de productores por municipio.



Figura 4. Porcentaje de productores por municipio  
Fuente: Elaboración propia

El 60% de los productores, que son 15 pertenecen al municipio de Emiliano Zapata, mientras que el 28% que es igual a 7 productores pertenece al municipio de Tenosique y sólo el 12% pertenece al municipio de Balancán.

## 2.- Porcentaje de empresas registradas

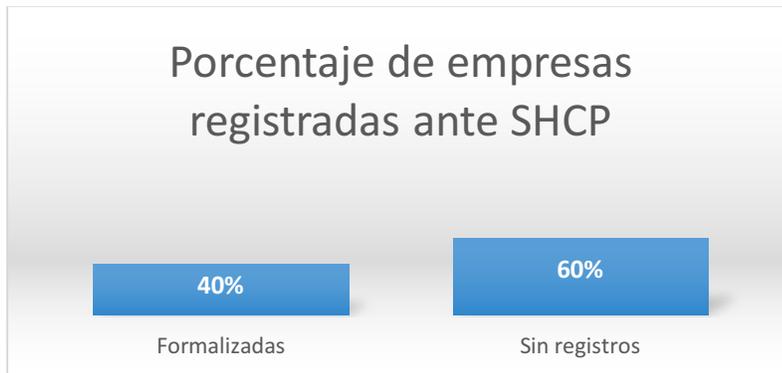


Figura 5. Porcentaje de Mipymes registradas  
Fuente: Elaboración propia

Sólo el 40% de estas mipymes se encuentran formalizadas, es decir sólo 10 empresas están registradas ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

## 3.- Producción semanal



Figura 6. Producción semanal de panetelas  
Fuente: Elaboración propia

El 100% de los productores de Panetelas aseguran que asciende a más de 80 piezas a la semana, su producción.

#### 4.- Publicidad

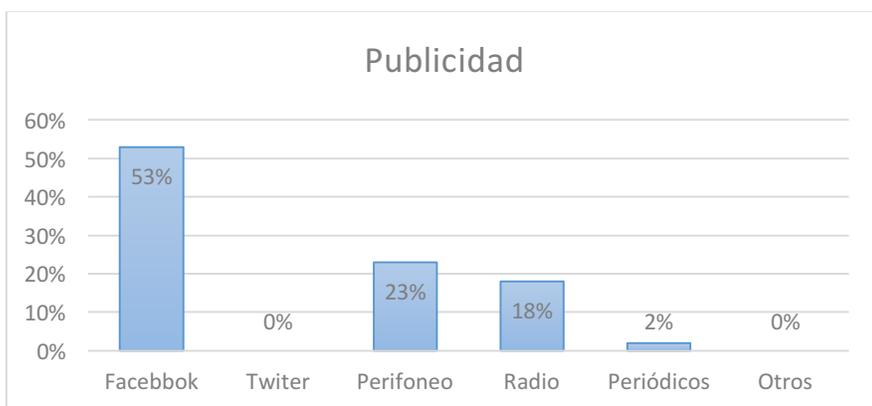


Figura 7. Publicidad de las mipymes  
Fuente: Elaboración propia

El 53% de los empresarios usa Facebook, el 23% utiliza el perifoneo como medio de publicidad, sin embargo, el 2% de ellos utiliza el periódico como medio.

#### 5.- Competidores y clientes



Figura 8. Conocimiento de competidores y clientes  
Fuente: Elaboración propia

El 60% de los productores dice conocer a sus principales competidores y mide la satisfacción de sus clientes.

**6.- Innovación en su producto o procesos.**

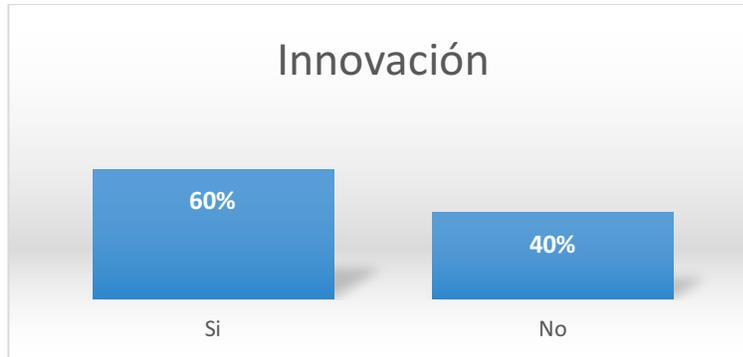


Figura 9. Innovación en las mipymes  
Fuente: Elaboración propia

Siete de los productores ellas haber innovado o utilizado la tecnología para mejorar la comercialización de productos y procesos, lo que corresponde al 28%, mientras que el 72% no ha realizado ninguna innovación.

**7.- Infraestructura**

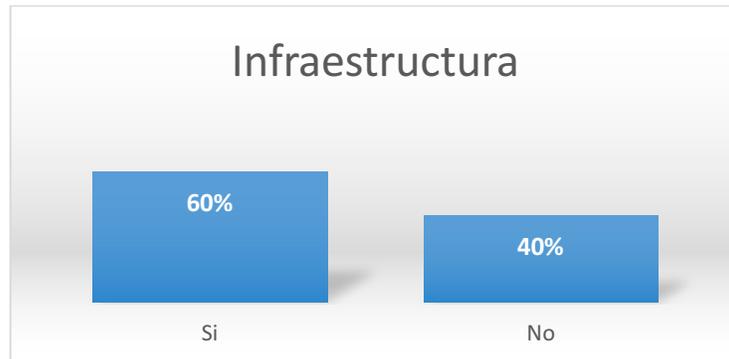


Figura 10. Innovación en las mipymes  
Fuente: Elaboración propia

El 40% ha mejorado la infraestructura de su local, lo que corresponde sólo a 10 empresas mientras que el 60%, es decir 15 empresas no lo han hecho.

## 8.- Producen otros productos de panadería



Figura 11. Producción de otros productos de panadería  
Fuente: Elaboración propia

El 60% de ellas brindan otros productos de panadería, mientras que el 40% sólo produce panetelas y las realiza por encargo.

## 9.- Incremento en ventas

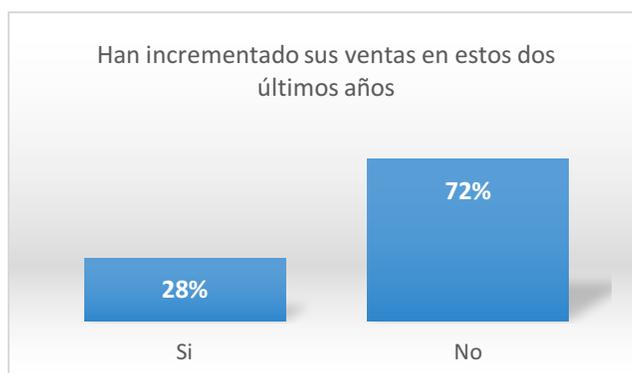


Figura 12. Incremento en ventas  
Fuente: Elaboración propia

El 28% de las mipymes ha podido incrementar sus ventas, mientras que el 72% no lo han logrado.

De acuerdo a resultados en actividades y procesos de la cadena de valor, hay una logística interna, incluyendo la recepción y almacenaje de materias primas, almacenamiento, conservación, control de inventarios y devoluciones a proveedores. En la parte de producción si hay conocimiento en la preparación, presentación, limpieza, mantenimiento y control de la calidad, aunque en la determinación de los costos no hay claridad.

Con base en su organización y administración, se pudo identificar que el 83% de ellas organiza su funcionamiento con base en un sistema empírico; carecen de un organigrama definido; no cuentan con un reglamento interno; sistema de pagos por día y, con base en la producción, los costos de operación se presumen, pero no se conocen por completo; los precios se mueven por imitación del resto de productores; las mermas están por arriba del 8%; hay una recuperación de valores del 90% en promedio.

El 28% de las microempresas de producción de panetela en la zona ríos de Tabasco trabaja en un proceso de mejora continua, innovando en sus empaques y etiquetado, utilizando las redes para comercializar el producto así como en publicitarlo, cuentan con una imagen empresarial definida y cuentan con una diversidad en el desarrollo de productos e incluso han logrado entrar en cadenas comerciales como el caso de la microempresa “Montecristo”.

El mercado de las panetelas es a nivel estatal ya que sus ventas se encuentran posicionadas a nivel municipal y en el estado de Tabasco por lo que es necesario expandir el mercado de dicho producto y de igual manera se puede percibir que a nivel general carecen de muchos procesos y actividades necesarias por lo que hay muchas áreas de oportunidad en estas microempresas.

En base a lo anterior se proponen las siguientes actividades para la cadena de valor de las microempresas dedicadas a la fabricación de la panetela en la zona ríos del estado de Tabasco.

Infraestructura	Dirección, planificación, Finanzas contabilidad, legal-fiscal, gestión de la calidad y maquinaria.				
Recursos humanos	Selección, contratación, formación, desarrollo, política salarial y laboral.				
Tecnología	Mejoras en productos y procesos, creación de nuevos productos, inversión en sistemas informáticos y código de barras.				
Compras	Actividades, políticas de compra, relación con proveedores y distribución física.				
	Manipulación Almacenamiento Conservación Control de inventarios Devoluciones	Preparación Presentación Limpieza Control de calidad Empaque	Proceso de pedidos Nivel de servicio Grado de atención Organización	Publicidad Promoción Fuerza de ventas Material de ventas	Política de fidelización Base de datos Ajuste del producto

		Etiquetado	Limpieza Mantenimiento	Política de precios Control Exposiciones en ferias, festivales, etc.	Atención personalizada Servicios adicionales Alianzas estratégicas
	Logística interna	Producción	Sala	Comercial y marketing	Servicio post- venta

**Tabla 1**

*Cadena de valor de las microempresas que elaboran panetela en la zona ríos del estado de Tabasco*

Como se puede apreciar la cadena de valor permitirá una gestión más eficiente de aquellos elementos considerados fuente de ventaja competitiva y concentrar recursos para eliminar las debilidades detectadas. Por otro lado, el análisis de la cadena de valor en lo comercial y marketing permitirá adecuar la oferta de la empresa a las necesidades y expectativas del mismo, incrementado así el valor del producto o servicio para el cliente. Estas empresas tienen una ventaja competitiva en diferenciación ya que el producto que manejan es típico- artesanal de la región por lo que se pueda explotar esa cualidad, se requiere de igual forma estandarizar los procesos en los productores a fin de lograr la denominación de origen de este producto lo que permitiría cubrir mayores demandas en el mercado y explorar en los mercados no sólo nacional sino internacional por ello se requiere de las siguientes estrategias aunado a los factores de competitividad que requieren las MiPyMes de la región como son los recursos tecnológicos, innovación, recursos comerciales (comercial y marketing), calidad, recursos humanos, capacidades directivas, y cultura empresarial.

- Formalizar la operatividad de la empresa
- Instruir a la empresa en aspectos administrativos, financieros y económicos.
- Aumentar las ventajas mejorando los productos (empaquete, etiquetado, control de calidad, etc.) o desarrollando nuevos productos.
- Conseguir una mayor participación en el mercado para los productos o servicios presentes, en los mercados presentes, por medio de un mayor esfuerzo en la comercialización.
- Introducir productos o servicios presentes en zonas geográficas nuevas.

- Dotarlas de las bases esenciales para poder convertirse en innovadoras (por ejemplo: orientación a mercado global, calidad, curiosidad tecnológica, talento adecuado, etc.).
- Dotarlas de un proceso para gestionar la Innovación lo más objetivo posible.
- Capitalizar el producto (típico-regional-artesanal) para su comercialización.
- Implementar de acuerdo a la cadena de valor el servicio post venta darles tickets de promoción, descuentos, llamarles en fechas donde se ocupe el producto, servicio a domicilio, etc.
- Ampliar los canales de comercialización del producto.
- Introducción del producto en cadenas comerciales, restaurantes y hoteles.
- Uso de las tecnologías de información y redes sociales para la comercialización del producto.
- Acceder a fuentes de financiamiento a través de las convocatorias de apoyos a las MiPyMes por parte de instituciones que fomentan el emprendedurismo.

## CONCLUSIONES

Las MiPyMes son la fuerza económica más elemental del país para un crecimiento seguro de nuestra economía y su apoyo en financiamiento permite escalar hacia un crecimiento óptimo en la economía nacional, por ello es importante que estas logren alcanzar el éxito el cual debe reflejarse en el caso de la MiPyMes en el logro de tener un estructura que permita su crecimiento, es decir, que tenga la óptima administración de sus recursos teniendo la capacidad de permitirle cada vez más el adaptarse mejor y más próximo al ambiente de negocios actual. Teniendo así una capacidad de penetración en el mercado y ganar agilidad en la motivación ante los cambios constantes del entorno.

La cadena de valor de las microempresas dedicadas a la elaboración de panetelas en la zona ríos del estado de Tabasco permite que éstas evalúen la conveniencia de las actividades que pueden favorecer en su desempeño, así como la interrelación entre ellas, implementar estrategias en base a las deficiencias encontradas y lograr ventajas competitivas en el producto.

En el caso de las microempresas dedicadas a la elaboración de panetelas en la zona ríos del estado de Tabasco cuentan con muchas áreas de oportunidad sobre todo el comercialización del producto y vender lo característico del mismo con su toque artesanal que lo convierte en atractivo para otros mercados, al igual que el obtener la denominación de origen les permitirá una

mejor posición en el mercado, se requiere del uso de las redes sociales en gran parte de ellas lo que permitirá abrir paso al comercio electrónico e incrementar sus ventas al igual que mejorar el servicio postventa. Si bien el crecimiento de una empresa implica concentrar los esfuerzos en aspectos creativos y de desarrollo del servicio o producto, la estructura de los emprendimientos de micro, pequeñas y medianas empresas, con lleva a explorar otras áreas de oportunidad, la maduración del negocio pone a implementar la necesidad de reorientar las estrategias hacia la mejora del producto y factores competitivos tales como la innovación, calidad, tecnología, servicio al cliente, etc. lo que puede traducirse como nuevas capacidades y habilidades a nivel gerencial por lo que estas microempresas tienen muchos retos que afrontar para alcanzar el éxito y obtener las ventajas competitivas que el mercado requiere.

## REFERENCIAS

- Abad, M. (2017). *¿Qué es la cadena de valor de una empresa?*. Recuperado de <https://blog.teamleader.es/que-es-la-cadena-de-valor-de-una-empresa>.
- Abdel, G. y Romo, D. (2004). *Sobre el concepto de competitividad. Serie de documentos de trabajo en estudios de competitividad*. Recuperado de [http://cec.itam.mx/sites/default/files/concepto\\_competitividad.pdf](http://cec.itam.mx/sites/default/files/concepto_competitividad.pdf)
- Bernilla, M. (2009). *Micro y Pequeña Empresa MYPE. Oportunidad de crecimiento*. Lima, Perú: Edigraber.
- Camisón, C. (1996). Competitividad y teoría de la estrategia: un análisis aplicado a la cohabitación PyME-gran empresa. *Revista Asturiana de Economía*, (6), 63-101.
- Chablé, J. y Aragón, A. (2009). *Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco*. Villahermosa, Tabasco: UJAT
- Colín, M., López, A. y Pedroza, M. (2011). *Diversidad cultural y empresas familiares Volumen II*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1165/index.htm>
- De la Cruz, I. y Morales, J. (2006). *Desarrollo de competencias en la micro, pequeña, mediana y gran empresa en México: Un estudio empírico exploratorio*. En memorias del XI Foro de Investigación. México: Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. UNAM
- Guerrero, P. (2015). *Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panificadora casco urbano, Chimbote, 2013* (Tesis de licenciatura). Universidad católica de los ángeles. Chimbote.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* 6ª Edición. Mc Graw-Hill Education
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (1998). *Metodología de la investigación* 2ª Edición. Mc Graw-Hill Education

- INADEM. (2016). *Diagnóstico 2016 del fondo nacional del emprendedor*. Recuperado de [www.inadem.gob.mx/fondo-nacional-emprendedor/diagnostico-2016-del-fondo-nacional-emprendedor/](http://www.inadem.gob.mx/fondo-nacional-emprendedor/diagnostico-2016-del-fondo-nacional-emprendedor/)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2014). Censos económicos 2014. Micro, Disponible en: [www.beta.inegi.org.mx/contenidos/proyectos/ce/2014/doc/minimonografias/m\\_pymes\\_ce2014.pdf](http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/proyectos/ce/2014/doc/minimonografias/m_pymes_ce2014.pdf).
- Jiménez, G. (2009). *La empresa familiar: Su importancia y vigencia*. Medellín, Colombia: IEFAC
- Longenecker, J., Moore, C., Petty, J. y Palich, L. (2008). *Administración de pequeñas empresas. Enfoque emprendedor*. México: Cengage Learning.
- Neme, S., Estrada, H. y Baena, G. (2013). *Comparativo de la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMES) de la rama económica hoteles del Estado de Tabasco 2007-2012 y otros Estados*. Trabajo presentado en el XVIII Congreso internacional de contaduría, administración e informática. México, D.F. Recuperado de <http://premio.investiga.fca.unam.mx/docs/ponencias/2013/9.1.pdf>
- Muñiz, R. (2018). *Marketing en el Siglo XXI* 5ª edición. Recuperado de: [www.marketing-xxi.com/la-cadena-de-valor-en-el-marketing-estrategico-2.htm](http://www.marketing-xxi.com/la-cadena-de-valor-en-el-marketing-estrategico-2.htm).
- Martínez, S., Charterina, J. y Araujo, A. Un modelo causal de competitividad empresarial planteado desde la VBR: capacidades directivas, de innovación, marketing y calidad. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16(2), 165-188.
- Pereyra A. y Pereyra E. (2013). Competitividad de micro y pequeñas empresas. *Voces y trazos de la cultura*, 13-17. Recuperado de <http://inventio.uaem.mx/index.php/inventio/article/download/135/205>
- Poza, E. (2005). *Empresas familiares*. México D.F: Thomson.
- Quintero, J. y Sánchez, J. (2006). La cadena de valor: una herramienta del pensamiento estratégico. *Revistas de estudios interdisciplinarios en ciencias sociales*, 8(3), 377-389.
- Rubio A. y Aragón A. (2002). Factores explicativos del éxito competitivo: un estudio empírico en la pyme. *Cuadernos de Gestión*, 2(1), 49-63.
- Sánchez, C. y Valdés, P. (2011). Efectividad institucional de los programas de apoyo a las MiPyMES en México. *Revista Internacional Administración y Finanzas*, 4(2), 83-100.
- Valda, J. (2009). *Empresas Familiares: La sucesión generacional*. Recuperado de <http://jcvalda.wordpress.com/2009/07/11/empresasfamiliares-la-sucesion-generacional/>.
- Vásquez, J. (2009). Microempresas: estructura y fuentes de financiamiento en México. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (120). Recuperado de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2009/jrvs2.htm>
- Vélez, D., Holguín, H., De la oz, G., Durán, Y. y Gutiérrez, I. (2008). *Dinámica de la empresa familiar PYME "Estudio exploratorio en Colombia*. Colombia: FUNDES.
- Zerón, M., Quevedo, J. y Mendoza, G. (2013). Pequeñas empresas familiares y su integración a la cadena de suministros. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (177). Recuperado de [www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2013/empresas-familiares-integracion-cadena-suministros.htm](http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2013/empresas-familiares-integracion-cadena-suministros.htm)

# ANÁLISIS DE LOS INDICADORES EN EL ÁREA DE CONTRALORÍA DEL HOTEL MISIÓN PALENQUE

Raziel Esau Coop Abreu<sup>1</sup>

Yhadira Huicab García<sup>2</sup>

Kenia Landero Valenzuela<sup>3</sup>

Luis Alfredo Méndez Jiménez<sup>4</sup>

Rubí Herrera Rodríguez<sup>5</sup>

## RESUMEN

Los indicadores son instrumentos de administración que permiten medir de manera global el resultado final de las actividades empresariales basándose en un estándar, el cual corresponde al nivel de calidad objetivo que la empresa espera y desea alcanzar. La presente investigación tiene como objetivo analizar los indicadores en el área de contraloría del Hotel Misión Palenque, para evaluar su gestión y la importancia de los indicadores dentro del sector hotelero. Mediante el uso de este instrumento de medición, se puede llevar a cabo un control de gestión que permita disminuir desviaciones que se puedan presentar en la organización. En las empresas los indicadores son parte primordial para llevar a cabo una buena gestión, ya que éstos permiten evaluar cómo se están ejecutando las actividades conforme a los procesos, y si están cumpliendo con los objetivos de la organización de acuerdo al manual de cada uno de los departamentos, lo que es un beneficio para la gerencia contar con estas herramientas porque les permite tomar decisiones correctas. Dicha investigación determinó que sí están cumpliendo con los objetivos de la organización. Con esta forma se determinará cómo influye el área de contraloría en los

---

<sup>1</sup> Instituto Tecnológico Superior de los Ríos. reca\_dance@hotmail.com

<sup>2</sup> Instituto Tecnológico Superior de los Ríos. yhadira.huicab@gmail.com

<sup>3</sup> Instituto Tecnológico Superior de los Ríos. landeros\_keny@hotmail.com

<sup>4</sup> Instituto Tecnológico Superior de los Ríos. luisito.mendez@hotmail.com

<sup>5</sup> Instituto Tecnológico Superior de los Ríos

sistemas y procedimientos de control permitiendo una estandarización y mejora continua en sus procesos.

**PALABRAS CLAVES:** Control de gestión. Indicadores. Competitividad. Mejora continua.

## **INTRODUCCIÓN**

Hoy en día se considera que lo que mantiene una organización viva ya no es la existencia de una demanda real o potencial, sino la efectividad de su gestión. De saber aprovechar adecuadamente los recursos. La gestión se define como el conjunto de decisiones y acciones que llevan al logro de los objetivos previamente establecidos. (Munch, 2014).

Los indicadores de gestión se convierten en una herramienta clave para el logro de la competitividad no solo de la organización, sino también de manera personal. Esta herramienta permite medir la evolución y desempeño de sus procesos, tareas y grupos de trabajo, es decir, están ligados a objetivos concretos. Por ello, son un requerimiento importante dentro de una organización ya que mejoran el desempeño. (Beltrán Jaramillo)

Lo que permitirá una mayor eficiencia y eficacia para determinar en qué medida logran los objetivos y cumplen sus planes, actividades, programas etc. De esta manera permite ver si la empresa es competitiva o no, si puede seguir el ritmo de sus competidores y de lo que demanda el mercado; son varias cuestiones que se deben plantear a la hora de medir la calidad de una empresa. En el caso de un producto de escasa calidad, es incapaz de competir, esto se debe a que la calidad no solo mide el final de los procesos, evalúa las fases iniciales e intermedias, cada una de las cuales aporta un valor específico a la cadena de labores que integran un proceso (López N. I., 2011).

Los indicadores son instrumentos de medición que permiten controlar y mejorar los procesos de gestión, mantener los estándares de calidad, mejorar el nivel del servicio con el fin de lograr una mayor satisfacción de los clientes, tomar medidas correctivas y preventivas en cada uno de los departamentos de la empresa, y así poder evaluar los resultados previstos para una mejora continua. Cabe mencionar que, para las empresas prestadoras de servicio, no solo los indicadores son importantes para una buena gestión que permita mejorar la calidad del servicio sino también la satisfacción del cliente, esto ha implicado que el éxito de la organización está supeditado al trabajo armónico de sus miembros a todo nivel, por tal razón, el control tiene

especial relevancia en todas las actividades, al dar seguridad razonable de eficiencia, eficacia y efectividad. (Rincón Bermúdez).

## **OBJETIVO Y METAS**

### **OBJETIVO**

Analizar los indicadores del Hotel Misión Palenque que se manejan en el área de contraloría para un mejor control en los departamentos y servicio al cliente.

### **METAS**

- Analizar los indicadores de forma general.
- Evaluar el cumplimiento de los estándares.
- Comparar los resultados con los objetivos de la empresa, en las diferentes áreas.
- Evaluar el grado de eficiencia y eficacia de las actividades.
- Establecer medidas correctoras, cuando no se alcance los estándares.
- Realizar propuesta de mejora para el Hotel Misión.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

La metodología que se aplicó en esta investigación Según, (Hernández Sampieri) es de enfoque mixto, debido a que el método mixto representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

El enfoque cualitativo se guía por áreas o temas significativos de investigación. Utilizando la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. Mientras que el enfoque cuantitativo son datos reales o concretos ya que se basa en cifras o cantidades.

De acuerdo con el análisis de los parámetros de cada una de las áreas que conforman al Hotel Misión Palenque, se recopilaron en la investigación documental las actividades operativas que se desarrollan en cada uno de los departamentos, de esta forma se determinó que cumplen

con los estándares establecidos para el logro de los objetivos, lo que permite hacer una investigación exhaustiva a más profundidad para determinar cómo llevan a cabo sus procesos.

La investigación cualitativa trata de identificar, básicamente, la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella razón plena de comportamiento y manifestaciones. (Martínez Miguelez, 2004)

- a) En los estudios cualitativos, el procedimiento usual es aplicar un instrumento o método de recolección de datos que permita obtener información veraz a través de registros, documentos, entre otros, para identificar de manera clara la realidad de la situación de la empresa en la forma de cómo operan internamente.

La investigación tiene un alcance descriptivo de forma explicativa, ya que se analizan los indicadores de cada departamento y de esta manera se determina cómo operan en sus procesos y procedimientos para lograr una buena gestión en sus procesos.

La investigación es de carácter descriptivo porque se evalúa la situación de la empresa en general a través de datos como los formatos de registro de cada actividad, para conocer el grado de satisfacción en sus procesos, y una vez analizada se describe cómo contribuye en la mejora de la empresa dentro del sector servicio para determinar la situación de ésta. De igual forma es explicativa, porque una vez que se analiza la situación conforme a los hallazgos recabados u obtenidos se explica a detalle los problemas que se detectan en cada área con el propósito de darle solución y ver en qué medida afecta el funcionamiento de la empresa.

El objeto de estudio en esta investigación está conformado de manera objetiva por el hotel y subjetiva por los clientes de la empresa, es decir, clientes externos e internos, y determinar de qué manera el control de gestión influye en cada uno de ellos.

### **Fuentes de investigación**

Fuentes primarias: Son aquellos datos que se obtienen por documentos que contienen información que favorece al estudio de la investigación, como son artículos.

Fuentes secundarias: Son todos los medios de información en los que permiten consultar y recabar información que necesitemos como referencias bibliográficas que contengan información sobre calidad, sector turismo, ventajas competitivas y otras páginas de internet referentes a temas de indicadores, etc.

Técnicas de recolección de datos: Es la información proporcionada por el hotel, lo que facilita que la investigación se lleve de manera rápida y con conocimiento; se basará en la documentación general del hotel como los manuales, sus políticas, estructura organizacional, etc.

La investigación es de campo porque se lleva a cabo en el lugar de los hechos, en este caso dentro del hotel, la cual es información obtenida directamente de los diferentes procesos lo que permite estar en contacto directo con el personal que laboran en el hotel y los jefes departamentales. Dentro del enfoque cualitativo se realizó la observación, la cual trata la recolección de datos denominados también observación de campo, ya que permitió analizar de manera directa el contexto de la organización, es decir cómo está operando el Hotel Misión. Esto permitió detectar de manera rápida y sencilla las deficiencias en los procesos, etc. Ayudó a identificar los problemas o detectar en dónde están fallando. Con el propósito de solucionar el problema ya que al observar tanto el comportamiento del cliente externo e interno, se toman medidas necesarias para erradicar dicho problema o factor que disminuye en la gestión. La observación permite registrar el comportamiento, la conducta y los hechos observados de las personas que forman parte de la investigación.

La observación se hizo mediante la lista maestra de los registros de cada proceso, en el que incluyen bitácoras, formatos, reporte de camaristas, concentrado de incidencias, etc.

### **Encuestas de satisfacción de clientes**

Para obtener la información se usaron las encuestas que tiene establecidas el hotel, éstas se les aplican a los huéspedes para medir su satisfacción, ya que determina la calidad del servicio que se ofreció por parte de la empresa, la cual se hace de manera directa porque permite que los huéspedes den sus quejas o sugerencias sobre el servicio brindado. Dicha medición pide a los clientes que den su opinión sobre diferentes aspectos del servicio; ésta permite obtener valoraciones acerca de la gestión de la empresa. Además de dar cantidades reales sobre la satisfacción.

## **RESULTADOS**

A continuación se muestran los resultados obtenidos conforme a los indicadores que tiene cada uno de los departamentos de la empresa, para interpretar de qué manera llevan un control de gestión.

**Concentrado de Medición de la Satisfacción del Cliente proceso DV.****Tabla 1***Concentrado de Resultados Mensuales de Satisfacción del Cliente Proceso División Cuarto*

<b>Concentrado de resultados mensuales de las encuestas de satisfacción del cliente</b>					
	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>
<b>Elemento calificado</b>	<b>Satisfacción del cliente</b>				
<b>Atención de la recepción</b>	92.34%	96.95%	98.21%	97.58%	98.15%
<b>Atención de botones</b>	97.24%	95.92%	97.24%	97.53%	97.90%
<b>Limpieza de la habitación</b>	95.36%	95.04%	96.05%	95.77%	97.73%
<b>Limpieza del baño</b>	95.83%	94.61%	95.75%	94.89%	97.82%
<b>Iluminación de la habitación</b>	94.62%	94.39%	94.26%	94.62%	97.40%
<b>Televisión</b>	88.71%	88.18%	91.13%	87.86%	91.10%
<b>Estado de los blancos</b>	95.03%	100.00%	95.45%	95.55%	96.64%
<b>Internet</b>	66.33%	70.53%	75.54%	81.49%	86.40%
<b>Temperatura de alberca</b>	92.27%	94.99%	95.00%	95.06%	92.86%
<b>Orden y limpieza en el área de alberca</b>	95.77%	95.59%	95.23%	93.85%	96.98%
<b>Nuestra contribución al cuidado del medio ambiente le parece:</b>	96.77%	100.00%	96.57%	97.75%	97.73%
<b>Promedio general del mes</b>	<b>91.84%</b>	<b>93.31%</b>	<b>93.68%</b>	<b>93.81%</b>	<b>95.52%</b>
<b>Recomendaría nuestro hotel</b>	96.77%	96.57%	99.55%	97.69%	98.99%

*Fuente: Formato DV-FO-50, 2019.*

De acuerdo con los resultados que se obtuvieron de la encuesta se puede deducir que la empresa no está cumpliendo con los objetivos establecidos en el proceso de División Cuartos, ya que el objetivo es mantener el servicio de hospedaje y satisfacción en un nivel aceptable en este caso mayor o igual al 95%, por lo que se puede observar en el concentrado mensual que los datos relativos en general están bajos de ese rango, es decir que no alcanzan el rango establecido. Por ello, es necesario que la Dirección General tome medidas o acciones correctivas, con el responsable del Departamento (División Cuartos). A través de las encuestas aplicadas es posible llegar a identificar el área que presenta fallas, desviaciones y tomar las medidas correctivas para mejorar la situación.

## Concentrado de eficiencia (Limpieza y confort de habitaciones)

**Tabla 2**

Concentrado de Eficiencia (Limpieza y Confort de Habitaciones)

	<b>Observación 1</b>	<b>Observación 2</b>
<b>Enero</b>	Buena Eficiencia	Dentro Del Objetivo
<b>Febrero</b>	Buena Eficiencia	Dentro Del Objetivo
<b>Marzo</b>	Buena Eficiencia	Dentro Del Objetivo
<b>Abril</b>	Buena Eficiencia	Dentro Del Objetivo
<b>Mayo</b>	Buena Eficiencia	Dentro Del Objetivo
<b>Junio</b>	Buena Eficiencia	Dentro Del Objetivo
<b>Julio</b>	Buena Eficiencia	Dentro Del Objetivo
<b>Agosto</b>	Buena Eficiencia	Dentro Del Objetivo
<b>Septiembre</b>	Buena Eficiencia	Dentro Del Objetivo
<b>Octubre</b>	Buena Eficiencia	Dentro Del Objetivo
<b>Noviembre</b>	Buena Eficiencia	Dentro Del Objetivo
<b>Diciembre</b>	Buena Eficiencia	Dentro Del Objetivo

Fuente: Formato DV-FO-48,2018.

	<b>Asignadas</b>	<b>Limpias</b>	<b>Completas</b>	<b>Re trabajos</b>		<b>Eficacia</b>	<b>Eficiencia</b>
<b>Enero</b>	2113	2113	2113	19	Enero	100.00%	0.90%
<b>Febrero</b>	2043	2043	2043	6	Febrero	100.00%	0.29%
<b>Marzo</b>	2988	2988	2988	4	Marzo	100.00%	0.13%
<b>1°Trimestre</b>	<b>7144</b>	<b>7144</b>	<b>7144</b>	<b>29</b>	<b>1°Trimestre</b>	<b>100.00%</b>	<b>0.41%</b>
<b>Abril</b>	2156	2156	2156	10	Abril	100.00%	0.46%
<b>Mayo</b>	1496	1496	1496	7	Mayo	100.00%	0.47%
<b>Junio</b>	1415	1415	1415	8	Junio	100.00%	0.57%
<b>2°Trimestre</b>	<b>5067</b>	<b>5067</b>	<b>5067</b>	<b>25</b>	<b>2°Trimestre</b>	<b>100.00%</b>	<b>0.49%</b>
<b>Julio</b>	2950	2950	2950	9	Julio	100.00%	0.31%
<b>Agosto</b>	2515	2515	2515	11	Agosto	100.00%	0.44%
<b>Septiembre</b>	1249	1249	1249	8	Septiembre	100.00%	0.64%
<b>3°Trimestre</b>	<b>6714</b>	<b>6714</b>	<b>6714</b>	<b>28</b>	<b>3°Trimestre</b>	<b>100.00%</b>	<b>0.42%</b>
<b>Octubre</b>	1579	1579	1579	8	Octubre	100.00%	0.51%
<b>Noviembre</b>	2793	2793	2793	12	Noviembre	100.00%	0.43%
<b>Diciembre</b>	2341	2341	2341	12	Diciembre	100.00%	0.51%
<b>4°Trimestre</b>	<b>6713</b>	<b>6713</b>	<b>6713</b>	<b>32</b>	<b>4°Trimestre</b>	<b>100.00%</b>	<b>0.48%</b>
<b>Total</b>	<b>25638</b>	<b>25638</b>	<b>25638</b>	<b>114</b>	<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>0.44%</b>

Conforme a los resultados obtenidos se observa que el proceso de ama de llaves brinda habitaciones confortables y limpias cumpliendo con los estándares establecidos, satisfaciendo las necesidades del huésped. En este caso el indicador evalúa el desempeño de las camaristas, las cuales ejecutan bien sus actividades para que las habitaciones cumplan con los estándares o requerimientos establecidos. En este caso cumplen con el objetivo ya que los re trabajos no superan del 2%. Es decir que las quejas o inconformidades son mínimas por parte del huésped.

**Tabla 3**

*Concentrado de Eficiencia (Limpieza y confort de áreas públicas) del mes de abril.*

<b>Intendentes</b>	<b>Eficacia</b>	<b>Eficiencia</b>
<b>David</b>	100.0%	1.5%
<b>Gloria</b>	100.0%	0.9%
<b>José Santo</b>	100.0%	1.4%
<b>Juan</b>	100.0%	0.7%
<b>Ezequiel</b>	100.0%	1.3%
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>	<b>1.1%</b>

<b>Intendentes</b>	<b>Total Mes</b>			
	<b>A</b>	<b>L</b>	<b>C</b>	<b>R</b>
<b>David</b>	130	130	130	2
<b>Gloria</b>	216	216	216	2
<b>José Santo</b>	140	140	140	2
<b>Juan</b>	148	148	148	1
<b>Ezequiel</b>	158	158	158	2
<b>Total</b>	<b>792</b>	<b>792</b>	<b>792</b>	<b>9</b>

<b>Observación 1</b>	<b>Observación 2</b>
<b>Buena Eficiencia</b>	Dentro Del Objetivo

*Fuente: Formato DV-FO-49, abril 2018.*

Mediante el indicador de eficiencia de los intendentes, se obtuvo que los retrabajos fue de 1.1% por lo que no rebasan del 2% de lo establecido, esto quiere decir que los intendentes de las áreas públicas están dentro del objetivo, sin embargo es necesario que mejoren con respecto a sus actividades para mantener impecables las áreas comunes asignadas, como limpiar pisos, lámparas, escaleras, baños de personal, surtir blancos limpios en las roperías, recoger la ropa sucia y llevarla a lavandería, etc.

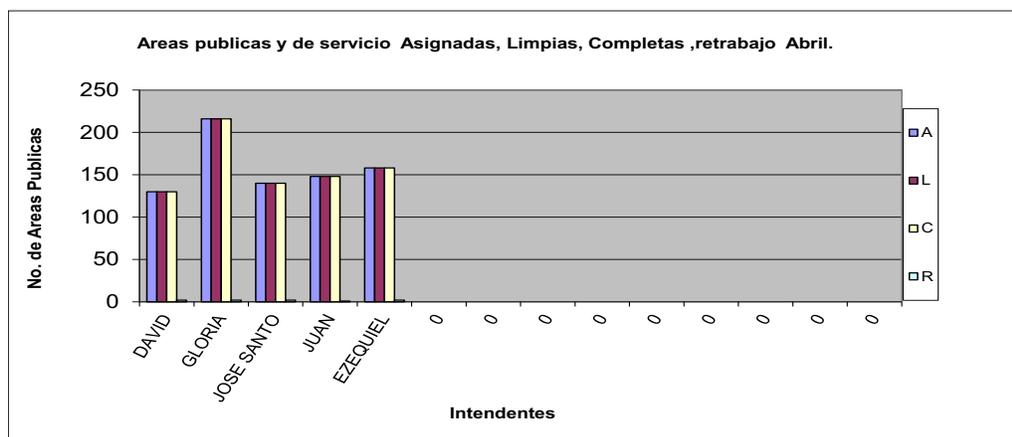


Figura 1. Limpieza y Confort de Áreas Públicas

Fuente: Elaboración propia.

### Concentrado mensual de evaluación del servicio en centros de consumo, proceso A&B.

Tabla 4

Concentrado Mensual de Satisfacción del Cliente en el Proceso de Alimentos y Bebidas.

Concentrado Del Mes Enero-Abril				
Rubros bajos encuesta restaurante	Satisfacción del cliente			
	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Atención del personal	98.67 %	99.14%	99.15%	99.20%
Presentación de los platillos	98.20 %	97.61%	96.58%	96.12%
Tiempo de entrega de los alimentos	98.12%	97.70%	96.12%	96.39%
Temperatura de los alimentos	98.04 %	98.08%	96.38%	96.59%

<b>Limpieza del restaurante</b>	98.36 %	99.23%	98.42%	98.93%
<b>Promedio general del mes</b>	98.28%	98.35%	97.33%	97.44%
<b>Mediana del mes</b>	98.20 %	98.08%	96.58%	96.59%
<b>Recomendaría al restaurante del pueblito</b>	99.53%	98.85%	99.61%	97.99%

**Fuente:** Formato AB-FO-12,2019.

De acuerdo al concentrado de las encuestas aplicadas a los comensales de restaurante “Del Pueblito” de los meses de enero-abril, se identifica que los resultados sí cumplen con el porcentaje requerido en el manual de alimentos y bebidas ya que en el objetivo del manual de proceso A&B se requiere un mínimo de 90% en satisfacción del cliente. Sin embargo los datos muestran un porcentaje alto de satisfacción por parte de los comensales, excede el porcentaje presupuestado. En dado caso que haya encuestas con calificaciones negativas puestas por los clientes, en ese momento el gerente de Alimentos y Bebidas ordena a sus capitanes del restaurante dar respuesta inmediata al cliente, para cubrir la inconformidad en la mesa de servicio, por lo que de manera amable le pregunta en qué pueden mejorar, lo que permite una retroalimentación y como compensación, se le obsequia una cortesía a fin de revertir el mal comentario y servicio insatisfactorio del restaurante.

Las encuestas de satisfacción de los clientes son aplicadas mayormente en el centro de consumo, es decir, en el área de restaurante y de igual manera en el servicio de Room Service, dichas encuestas tienen la finalidad de reducir las mermas en “devolución de los platillos” mediante los resultados se verifica si los indicadores se estén cumpliendo bajo los procedimientos del manual. Una vez obtenido el concentrado mensual es enviado a la Gestión de calidad, después se emite a la dirección general, que tomara las decisiones y retroalimentará con el gerente de alimentos y bebidas para verificar los resultados, es decir “las no conformidades”. Todo esto con la finalidad de no afectar la imagen de “Restaurante del Pueblito”, ya que es la segunda que presenta ingreso al hotel y es uno de los procesos representativos para el Hotel, así como hospedaje.

## **DISCUSIÓN**

Los indicadores son herramientas de medición para conocer el cumplimiento y gestión de las actividades internas. Además, permite evaluar la situación de la empresa para conocer si existe mejoría o deficiencia en sus procesos. Por ello se establecen estándares para medir los resultados obtenidos, con el fin de corregir desviaciones, prevenirlas y mejorar continuamente el desempeño de la empresa. Dado que puedan repercutir en el servicio derivado a las deficiencias que existan dentro del hotel. Más que nada permite detectar las áreas a mejorar para que la empresa tenga un buen funcionamiento la cual se verá reflejado en el control de su gestión.

## **CONCLUSIONES**

El control es necesario para que una empresa de servicio sea competitiva por ello es importante contar con indicadores ya que éstos permiten una mejora continua en los servicios; esto permite evaluar los resultados obtenidos con relación a lo planeado con el objeto de corregir desviaciones para reiniciar el proceso. Por ello es importante que los indicadores se ejecuten de manera adecuada dentro de la organización para ofrecer servicios de alta calidad proporcionándole al cliente mayor seguridad y satisfacción en su experiencia. El control es de vital importancia dado que busca mejorar el proceso, evitando o disminuyendo fallas y errores internos con el propósito de mejorar el servicio. Estos indicadores permiten detectar dónde están las fallas y así poder tomar medidas para corregirlas. El hotel brinda un servicio de calidad, pero hay cuestiones que deben mejorar para brindar a los huéspedes un servicio de excelencia, es decir, que la empresa debe implantar la “Calidad Total” para evitar inconformidades o quejas por parte de los huéspedes. El estándar dentro de un hotel es importante porque tiene como objetivo garantizar la calidad del producto o servicio en otras palabras, el estándar es un requisito, por lo que es necesario que se implementen dentro de un hotel. Por ello el indicador es un instrumento de medición para comprobar el grado de consecución de un objetivo propuesto. La cual está asociada a una actividad, a un proceso, a un sistema que permite por comparación de los estándares, evaluar periódicamente a las unidades de programación, la cual proporciona información cuantitativa y/o cualitativa. Éstos pueden medir cualquier cosa, debido a que son datos que muestran el estado de una actividad para actuar de manera preventiva y correctiva según sea el resultado obtenido. Como se mencionó al principio, sabemos que existen distintos tipos de indicadores según la organización y existen diferentes tipos por departamentos cuya función es conocer cómo se están manejando u aplicando dentro del hotel. Por ello pudimos detectar de acuerdo con la información obtenida las áreas que requieren o necesitan mejorar para conseguir un rendimiento óptimo de la organización.

## REFERENCIAS

- Alfaro, G. (2009). Administración para la calidad total. Recuperado de <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-14-administracion-de-la-calidad-ALFARO-CALDERON.pdf>
- Beltrán, J. (2004). *Indicadores de gestión: herramientas para lograr la competitividad*. México: 3R Editores.
- Bueno, R., Ramos, M. y Berrelleza, C. (2018). *Elementos básicos de la administración*. México: UAS/DGEP
- E. BONNETT, G. (2016). Contraloría y control interno. México.
- Evans, J. y Lindsay, W. (2008). *Administración y control de la calidad*. México: Cengage learning
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Education.
- López, N. I. (2011). Importancia de los indicadores. El Salvador: San salvador.
- Martínez, M. (2004). *Ciencia y arte de la metodología cualitativa*. México, D.F: Trillas.
- Munch, L. (2014). *Administración: Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. México: Pearson.
- Rincón R. (2012). Los indicadores de gestión organizacional: una guía para su definición. *Revista Universidad EAFIT*, 34(111), 43-59.

# MOBBING EN EL PERSONAL DE ENFERMERÍA DEL C.E.S.S.A. DR. MAXIMILIANO DORANTES

Lázaro Jesús Espinoza Silva<sup>46</sup>

Vania Guadalupe Yépez Hernández<sup>47</sup>

José Alfredo Sánchez Priego<sup>48</sup>

Nury Hernández Díaz<sup>49</sup>

## RESUMEN

El acoso laboral es una práctica que ha dejado de ser un fenómeno para convertirse en la realidad de muchos trabajadores. En los últimos años se ha ido dando el incremento del *mobbing* dentro de diferentes organizaciones a lo largo del país, que en muchas ocasiones llega a afectar a los trabajadores de forma seria debido a la alta frecuencia con la que presenta la situación de acoso. Este trabajo se realizó con la finalidad de conocer un poco más sobre la presencia de acoso laboral en organizaciones de sector salud en Tabasco, específicamente en un Centro de Salud. La presente investigación tuvo como objetivo realizar un estudio para determinar la frecuencia y tipo de posible acoso psicológico o moral percibido por el personal de enfermería del C.E.S.S.A. Dr. Maximiliano Dorantes. El estudio se realizó a través de la aplicación de las siguientes técnicas: observación, entrevistas y la aplicación del instrumento LIPT-60 de Leymann, a 28 de las personas que conforman el personal de enfermería. Logrando identificar una poca frecuencia de conductas de acoso laboral, ya que en ocasiones se han sentido afectados por comportamientos y situaciones de acoso que han experimentado dentro de la organización, mismas que se han suscitado

---

<sup>46</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. lazaroespinoza01@gmail.com

<sup>47</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

<sup>48</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

<sup>49</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

entre compañeros de trabajo, sin embargo, a pesar de esto siempre buscan la elección del diálogo ante el surgimiento de algún problema.

**PALABRAS CLAVE:** Hostigamiento, Acoso laboral, Enfermería.

## INTRODUCCIÓN

Últimamente se han realizado muchos estudios sobre la existencia de *mobbing*, que es conocido de varias denominaciones, entre ellas: psicoterror, hostigamiento laboral, persecución encubierta, maltrato psicológico en el trabajo, violencia psíquica, acoso laboral y acoso moral (Verona y Santana, 2012). El acto de acoso laboral dentro de las organizaciones es un fenómeno interpretado como *mobbing* y existe un grado de consenso sobre su definición. El término fue empleado por primera vez en 1966 por Konrad Lorenz (1903-1989), zoólogo de origen austriaco, que se especializó en el estudio del comportamiento animal. Lorenz descubrió que ante la presencia de un depredador algunos animales reaccionaban atacándolo en grupo para defenderse (lo que se conoce como *mobbing* animal). (Trujillo, Valderrabano y Hernández, 2007).

La primera aplicación del término *mobbing* en el entorno laboral se dio durante la década de los 80 de la mano del psicólogo y profesor de origen alemán Heinz Leymann, que inició una investigación sobre este tipo de comportamiento en el lugar de trabajo, basándose en algunos casos de intento de suicidio que se habían producido entre enfermeras y cuyo origen parecía ser laboral, él lo define como: Comportamiento o comunicación hostiles e inmorales con extrema violencia psicológica, realizados de forma sistemática y recurrente por uno o varios individuos generalmente hacia un individuo, con el objeto de destruir sus redes de comunicación, reputación, perturbar el ejercicio de su trabajo; lo anterior con una frecuencia de al menos de una vez a la semana y la duración de por lo menos seis meses (Revueña y Abuín, 2005).

Desde el punto de vista organizacional, Leymann (1997) establece cuatro etapas típicas en el desarrollo del acoso moral que describen el surgimiento y la evolución de la mayoría de los procesos de acoso:

- Fase 1. La aparición de algún incidente crítico: Dentro de la organización uno o más de un individuo empiezan a hostigar a una persona, por algo en específico.
- Fase 2. La persecución sistemática: El hostigamiento lo realizan cada vez que tienen oportunidad, haciendo caso omiso a las advertencias de la víctima.
- Fase 3. La intervención de los superiores: La víctima informa a los superiores, llaman la atención a los acosadores y piden a la víctima ignorar el hostigamiento.
- Fase 4. El abandono del trabajo: La víctima renuncia a su trabajo debido a que los acosadores siguen con la persecución.

Se mencionan algunas definiciones con autores y año de conceptualización.

Tabla 5  
*Conceptos de Mobbing (Acoso Laboral)*

Autor / Año	Término	Definición
Brodsky (1976)	<i>Harassment</i>	Intentos repetidos y persistentes por parte de una persona de atormentar, agotar, frustrar o lograr una reacción de otra persona; es un trato que se caracteriza por la provocación persistente, la presión, el enfrentamiento, la intimidación u otros modos de comportamiento que causan incomodidad a otra persona.
Thylefors (1987)	<i>Scapegoating</i>	Cuando una o más personas, durante un periodo de tiempo, son expuestas de modo repetitivo a acciones negativas por parte de uno o más individuos.
Kile (1990)	<i>Health endangering leadership</i>	Actos de humillación y acoso continuos de larga duración por parte de un superior y que son expresados abiertamente o de modo encubierto.

<b>Ashforth (1994)</b>	<b><i>Petty tyranny</i></b>	Cuando un líder utiliza su poder sobre los demás mediante la arbitrariedad y el “autobombo”, despreciando a los subordinados, mostrando escasa consideración, utilizando un estilo basado en la fuerza para la resolución de conflictos, impidiendo la iniciativa y utilizando castigos no contingentes.
<b>Vartía (1996)</b>	<b><i>Harassment</i></b>	Situaciones en las que una persona es expuesta repetidamente y durante cierto tiempo a acciones negativas por parte de una o más personas.
<b>Moran Astorga (2002)</b>	<b><i>Mobbing</i></b>	Maltrato persistente, deliberado y sistemático de varios miembros de una organización, hacia un individuo con el objetivo de aniquilarlo psicológica y socialmente y de que abandone la organización.
<b>Piñuel (2001)</b>	<b><i>Mobbing</i></b>	Maltrato verbal, modal e incluso cruel, continuo y deliberado hacia un empleado por parte de otro u otros, que tiene la finalidad de aniquilar o destruir al trabajador psicológicamente y obtener su salida de la organización
<b>Barón Duque (2003)</b>	<b><i>Mobbing</i></b>	Frustración del fin de las relaciones laborales, como consecuencia del uso sistemático de la violencia psicológica en una organización de trabajo, contra una o varias personas, que ven alterados los presupuestos subjetivos de la causa y el objetivo de su contrato, así como su auto identificación biopsicosocial, poniendo en peligro, su salud, la de su entorno familiar y, finalmente la de la sociedad.
<b>Arciniega (2009)</b>	<b><i>Acoso moral/ Mobbing</i></b>	Violencia psicológica en el trabajo con el objetivo de intimidar, amedrentar, someter, doblegar o deshacerse de la víctima.
<b>Fernández y Nava (2010)</b>	<b><i>Acoso moral en el trabajo</i></b>	Conductas hostigadoras, agresivas, vejatorias y humillantes efectuadas de forma sistemática, reiterada y frecuente en el trabajo, dirigidas a menoscabar la integridad psicológica de la víctima con la finalidad de que salga de la organización.
<b>Bustos, Caputo y Aranda (2011)</b>	<b><i>Hostigamiento psicológico</i></b>	Violencia psicológica reiterada y por periodos prolongados, ejercida por una o varias personas hacia otra, para causar malestar y/o eliminar de la organización a la víctima.

*Nota:* diversos conceptos de acoso laboral.

Fuente: elaboración propia referente a datos de Ayala Aguilar, 20) y Vidal, 2006.

Mientras que la Organización Internacional del Trabajo (OIT) lo ha definido como “la acción verbal o psicológica de índole sistemática, repetida o persistente por la que, en el lugar de trabajo o en conexión con el trabajo, una persona o un grupo de personas hiere a una víctima, la humilla, ofende o amedrenta” (Lugo, 2017).

De las definiciones anteriores resumimos que el acoso laboral es la presencia de conductas con violencia psicológica efectuadas de manera constante, con el objetivo de eliminar o causar intimidación a un profesional de la organización.

Anteriormente se han realizado investigaciones sobre *Mobbing* en diferentes países, principalmente europeos, con personal de enfermería de distintas instituciones. En una investigación de España, realizada por la Dra. Joana Fornés, del Departamento de Enfermería y Fisioterapia de la Universidad de las Islas Baleares, que lleva por nombre: “Dos de cada diez enfermeros y enfermeras de las Islas Baleares se perciben como víctimas de hostigamiento laboral”, tuvo como objetivo establecer si existía y en qué grado se daba el hostigamiento laboral entre el personal sanitario de Enfermería de las Islas Baleares, siempre refiriéndose al hostigamiento laboral percibido por la víctima, obteniendo como resultado una alta frecuencia de formas de asedio u hostigamiento que no son necesariamente coincidentes con la percepción manifestada por la víctima. La mayor puntuación en la percepción de hostigamiento tuvo como causa los comportamientos de los superiores jerárquicos; la segunda puntuación en orden de importancia correspondió a un acoso procedente de los propios compañeros de la víctima; mientras que la tercera puntuación en importancia fue para los casos de *mobbing* padecidos por los superiores jerárquicos de parte de sus subordinados. Sin embargo, casi siempre, los encuestados señalaron más de un frente de hostigamiento. (Fornés, 2005)

En México una investigación realizada por estudiantes de movilidad en la UNAM el 21 de enero del 2016, lleva por nombre: “Acoso laboral entre personal de enfermería”. Fue un estudio de recolección de información de trabajos de distintos países que tuvo como

objetivo analizar las publicaciones científicas sobre el acoso entre profesionales de enfermería; prevalencia, factores de riesgo y consecuencias en la última década, obteniendo como resultados que en los trabajos investigados más recientemente, un 22% de los participantes son expuestos al acoso en ocasiones, mientras que el 9% declara que son víctimas habituales. Un 19.6% de los casos declaran ser víctimas de acoso físico, un 51.4% acoso verbal, un 29.8% conductas de intimidación relacionadas con el desempeño de sus funciones y un 12.9% acoso sexual. Entre los factores de riesgo la mayoría de los trabajos hacen referencia a la edad, como un factor de riesgo, los autores coinciden en determinar la población de enfermeros/as menores de 30 años como los de mayor riesgo para desarrollar el perfil de víctima. Mientras que en consecuencias en la mayor parte de los trabajos se mencionan consecuencias relacionadas con un peor estado de la salud mental de la víctima o problemas psicológicos. (Molero, Pérez y Gázquez, 2016).

En la mayoría de las investigaciones se mencionan los efectos que tiene el *mobbing* sobre las víctimas, y como consecuencia la víctima, la mayoría de las veces tiende a desarrollar estrés postraumático con intervalos de escenas retrospectivas (*flashback*), que con el tiempo puede dar paso al desarrollo del Síndrome de *Burnout*, mencionando que la víctima puede pasar de un año a más para que se recupere por completo de lo vivido.

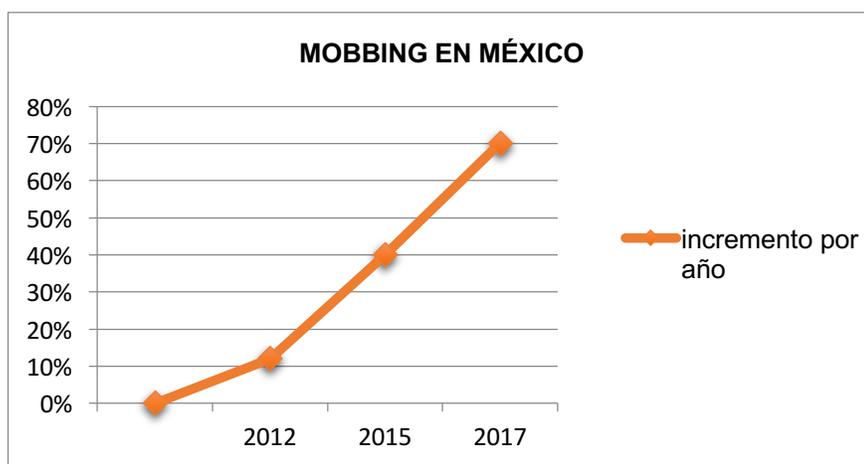


Figura 1. Incremento de Mobbing por Año en México  
Fuente: Elaboración propia.

Al menos 51 % de los profesionistas mexicanos han padecido acoso laboral (*MOOBING*), mientras que en el mundo suman 12 millones aproximadamente según datos OIT. Todos en algún momento lo han padecido, ya sea en el ámbito laboral, escolar, familiar, sin embargo, por nuestra cultura se considera una práctica ordinaria. (Arciniega,

2009). La grafica representa en incremento significativo de acoso elaboración conforme datos del Centro de innovación y educación, en conjunto de la OCC Mundial y la UNAM". (Mancillas, 2017)

*El acoso y la discriminación dentro de los centros de trabajo orillaron a 18 mil 61 personas a abandonar su empleo durante 2017, de acuerdo con cifras del Inegi. Según la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, la mayor proporción de los casos registrados corresponden a hombres, el INEGI informó que 10 mil 418 hombres (57.7% de los casos) abandonaron su trabajo por discriminación, motivos de edad, apariencia física. En el caso de las mujeres, fueron 7 mil 643 casos (42% del total). (Altamirano, 2018)*

En el artículo 3 Bis, la Ley Federal del Trabajo en México se refiere al hostigamiento, en conjunto con el artículo 123 constitucional, a los empresarios frente a los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales es extensible a las consecuencias de acoso laboral (Camara de diputados del Congreso de la Unión , 2015).

Para poder hacer una propuesta jurídica que regule el acoso laboral en México, es necesario contemplar dos pautas: la primera, se debe considerar al acoso laboral como un riesgo de trabajo y la segunda es implementar acciones concretas donde prevalezca la prevención, porque como se ha podido observar dentro del marco jurídico mexicano, a pesar de no existir normas específicas para el acoso, sí hay posibilidad de hacer justiciables sus consecuencias; sin embargo, debe existir una normativa específica que reduzca o inhiba su presentación dentro de los centros de trabajo. (Lugo, 2017)

La ley protege a las personas de los hostigamientos laborales y podemos mencionar: La Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo: PROFEDET, Secretaría de trabajo y Previsión Social: STPS: Consejo Nacional para Prevenir La Discriminación: CONAPRED: artículo 43 de la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación, Ley Federal del Trabajo: artículo 3o. Bis.

Como giro se eligió trabajar el sector salud ya que el servicio que se brinda es de primer nivel y el principal contacto que se genera con la población es de forma directa, brindando diversos tipos de servicios, como son las campañas de prevención y difusión de información de vital importancia para la salud. De acuerdo a esto, por ser una institución con gran sentido humano, su personal debe trabajar con satisfacción y ofrecer un servicio

de calidad. Por ello se decidió trabajar en el Centro de Salud con Servicios Ampliados (CESSA) Dr. Maximiliano Dorantes, ubicado en Col. Atasta en Villahermosa Tabasco. Ya que, de acuerdo al personal de enseñanza, anteriormente no se ha realizado ninguna investigación sobre *mobbing* en ninguna de sus áreas. Por lo que hemos decidido trabajar el tema por primera vez en la institución, con el objetivo de conocer la posible frecuencia y tipo de acoso laboral percibido entre el personal de enfermería que se pudiera dar en cuanto a conductas y el tipo de acoso laboral, ya sea: ascendente, descendente, horizontal o mixto.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Se realizó una investigación de tipo mixta, exploratoria, en la cual se llevó a cabo la aplicación de una entrevista con 12 preguntas abiertas, con el fin de conocer sus principales funciones, la satisfacción, capacidad de resolución de problemas y la relación entre compañeros en el área de enfermería. Un análisis bajo observación durante 10 sesiones en diferentes horarios, así como la aplicación del cuestionario de estrategias de acoso en el trabajo (LIPT-60 Leymann) en su versión modificada y adaptada al español por (González y Rodríguez, 2005).

Leymann desarrolló el LIPT-60 (Leymann Inventory of Psychological) la cual es una escala tipo Likert que informa, tanto la frecuencia, como la intensidad de las estrategias de acoso percibidos dentro de un rango. Desde 0 (la conducta no ha tenido lugar, no la ha experimentado), hasta 4 (conducta experimentada con intensidad máxima). Se trata de un cuestionario escalar autoadministrado que objetiva y valora 60 diferentes estrategias de acoso psicológico, derivado del LIPT original dicotómico de 45 ítems de Leymann, y permite calcular un índice global de acoso psicológico (IGAP), dada la baja variabilidad de las puntuaciones en las muestras con “supuestos no acosados” utilizaron la muestra de personas “acosadas”, para los cálculos de los índices de fiabilidad de los indicadores. Para el cálculo de los índices de fiabilidad utilizaron el método de correlación de las dos mitades y el alfa de Cronbach. (García Bellido y González, 2010)

El cuestionario LIPT-60 es un instrumento que tiene fundamentos teóricos, metodológicos y estadísticos, que es recomendable para el diagnóstico o determinación del grado de *mobbing* que se tiene en el lugar de trabajo.

Leymann clasifica las estrategias de acoso psicológico en 5 apartados denominado: “Las 5 maniobras principales para destruir a un buen profesional”.

1. Limitar su comunicación.
2. Limitar su conducta social.
3. Desprestigiar su persona ante sus compañeros.
4. Desacreditar su capacidad profesional y laboral, tareas por debajo y encima de su capacidad, críticas, despreciar su trabajo.
5. Comprometer su salud: Ataques directos, efectos negativos psicológicos y psicosomáticos.

El LIPT-60 proporciona información global, frecuencia e intensidad, y consta de 6 subescalas de acoso que incluyen todos los ítems.

### **Indicadores globales**

- a. Número total de Estrategias de acoso Psicológico (NEAP). Contaje simple de todas las respuestas distintas de cero.
- b. Índice Global de Acoso Psicológico (IGAP). Suma de los valores asignados a cada estrategia/ n° de ítems contestados.
- c. Índice Medio de Acoso Psicológico (IMAP). Suma de valores asignados a cada estrategia / NEAP.

El LIPT-60 interpreta tres niveles: Global, Dimensional y Estrategia concreta. De esto se obtiene: Frecuencia e intensidad de acoso percibido, Tipo de acoso percibido, Presencia concreta de determinados síntomas.

### **Descripción de participantes**

Se estimó trabajar con una población de 47 enfermeras y enfermeros que laboran en el C.E.S.S.A. Dr. Maximiliano Dorantes. 4 (8.5%) Pasantes por diversas universidades, 43 (91.4%) son trabajadores adscritos a la institución, de los cuales 5 (10.6%) se negaron a participar en el proyecto por motivo de exceso de actividades que tenían por realizar, 10 se encontraban de vacaciones, y una persona por cada micro red que tiene el C.E.S.S.A. en Carrizal, Emiliano Zapata, Sabina y 1º de mayo, por lo cual se trabajó con una muestra de 28 (59.5%), participantes voluntarios de manera anónima y confidencial. Fueron 9 hombres y 19 mujeres, con un rango de edad entre 19 y 61 años, de diferentes turnos.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados de las entrevistas nos dan a conocer que entre el personal de enfermería existe una buena comunicación, sin embargo, con el personal de otras áreas en ocasiones no se logra mantener una comunicación adecuada debido a que se mantienen en constante rotación. Con respecto a la satisfacción en su área de trabajo, la mayoría mencionó que se adapta con el paso del tiempo, y trabajan con el recurso que tienen a su alcance, ya que su principal función es brindar un servicio de calidad como profesionales de la salud, y logran tener una satisfacción total con el paso de los años. Si surge algún problema, buscan llegar a la resolución entre las dos partes, primero con el diálogo y en caso de que no se llegará a solucionar, acudirían con los jefes o titulares del área.

De acuerdo a los 28 instrumentos que fueron aplicados el LIPT-60, 11 participantes aportaron 35 respuestas significativas en 23 ítems de los 60 que conforman la prueba, (véase en la figura 1). De ahí se obtuvieron 3 conductas con mayor repetición; 14. *Le asignan un lugar de trabajo que le mantiene aislado del resto de sus compañeros*; 32. *No le asignan nuevas tareas, no tiene nada que hacer*; 58. *Controlan de manera muy estricta su horario*.

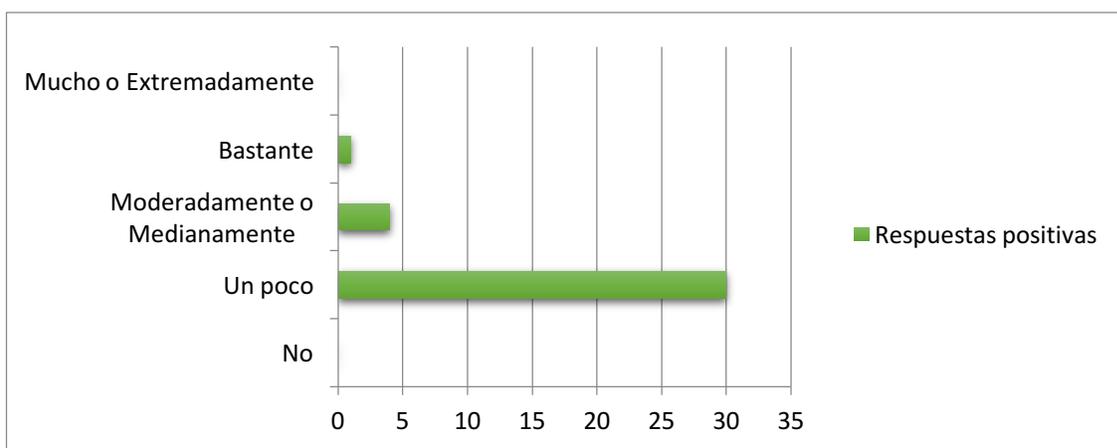


Figura 2. Frecuencia de los 28 Cuestionarios Aplicados

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a las 6 subescalas que se manejan en el LIPT-60, hubo dos con mayor significancia, la subescala de Desprestigio Laboral (DL), en ella constituyen aquellas estrategias de acoso en el trabajo en las que se produce un descrédito, desprestigio en el trabajo, a través de distorsión en la comunicación, como rumores, calumnias, con medidas

restrictivas o de agravio comparativo con el resto de los trabajadores, minimizando u ocultando sus logros, en la cual contestaron 12 ítems de 14 que la componen. Y la subescala de Intimidación Manifiesta (IM), en este caso, los ítems se refieren a amenazas o restricciones que se le imponen de forma directa, no disimulada incluso en público, tales como amenazas verbales, gritos, ponerle en ridículo, en la que fueron contestados 5 ítems de 6 que la componen. Las puntuaciones obtenidas en los ítems de cada subescala fueron bajas pero relevantes, ya que de acuerdo al número de cuestionarios aplicados, el número de ítems pudo variar y no englobarse en una sola subescala. Lo que indica que entre mayor puntuación obtenida en los ítems, mayor presencia de la acción dentro de la organización, lo que puede llevar al desarrollo.



Figura 3. Resultados que confirman la poca frecuencia en las conductas de acoso

Fuente: Elaboración propia.

El resultado de los indicadores globales, (NEAP) número total de estrategias de acoso psicológico está basado en el conteo simple de todas las respuestas distintas de (0) donde se obtuvieron 35 respuestas significativas. (IGAP) índice global de acoso psicológico, da como resultado 1.78% un bajo índice de acuerdo a la fórmula,  $(41/23=1.78 \%)$  conforme a la interpretación de LIP-60, donde 41 representa el número máximo de respuestas a utilizar y 23 al número de ítems contestados, el (IMAP) índice medio de acoso psicológico,

de acuerdo a la fórmula:( $41/35=1.17\%$ ) es bajo, 41 pertenece al número máximo de respuestas a utilizar en la fórmula de acuerdo al LIP-60 y 35 al número de respuestas.

Basado en la clasificación al número de respuestas positivas, (González y Rodríguez, 2005) en su adaptación al español, (0) significa no expuestos a comportamientos y situaciones de violencia psicológica, ni acoso moral en el trabajo, de (1 a 29 respuestas positivas: Expuestos a comportamientos y situaciones de violencia psicológica, más no afectados por el acoso moral en el trabajo). Y (30 o más: Experimentan y se sienten afectados por comportamientos y situaciones de acoso moral).

De acuerdo a Leymann, y con base al análisis de las conductas presentes en las maniobras, subescalas y los indicadores globales, determinamos que hay presencia de comportamientos con una poca frecuencia de conductas de acoso laboral entre el personal de enfermería de la organización.

Según (Uribe, 2012) existen diferentes formas de acoso:

- a. Vertical descendente (bossing): De jefes a subordinados.
- b. Horizontal: Entre mismos compañeros de área.
- c. Vertical ascendente: De subordinados a jefe.
- d. Mixto: De jefes a subordinados, o de manera invertida y entre compañeros de la misma área.

Podemos mencionar que en caso de que existiera acoso laboral, sería de forma descendente, de titulares por área a enfermeras y enfermeros a su cargo.

El acoso laboral incluye acoso sexual, violencia física, el más típico es el vertical descendente, siempre usando el poder se utiliza en diversas ocasiones de forma estratégicas.

Las vías de la empresa deben estar basadas en la prevención, antes que reparación:

1. Sensibilizar a los trabajadores sobre que es el mobbing, sus causas consecuencias.
2. Taller: El valor de la comunicación.
3. Buzón de sugerencias.
4. Fomentar actividades de integración- recreativas.

## CONCLUSIONES

El acoso laboral es considerado un problema de salud pública, es una conducta ilegal que se ha ido extendiendo a diferentes ámbitos de la vida del trabajador, afectando directamente la salud, su ámbito laboral, familiar y su entorno social.

Por lo tanto, podemos decir que el objetivo del trabajo, se cumple de acuerdo a los datos obtenidos porque se presenta una poca frecuencia de acoso y conductas percibidas. Cabe mencionar que falta aún más por investigar en el país y nuestro estado sobre esta práctica que se presenta en las organizaciones cada vez con mayor frecuencia, dando consecuencias desde la perspectiva organizacional: desmotivación e ineficiencia, rotación de personal, clima organizacional, jubilación prematura, pérdida económica tanto para la empresa y el afectado, son elementos claves, a nivel psicológico: síntomas psicósomáticos, depresión, ansiedad, desordenes por estrés postraumático y obsesión.

Se tiene que tener en cuenta que para hablar de acoso laboral existente tiene que ser una secuencia repetitiva, es ahí donde podemos prevenir ante la cultura organizacional y los protocolos que las instituciones nos marcan como, la Secretaria de Trabajo y Previsión Social, Ley Federal del Trabajo que se dirigen a las empresas de la república mexicana.

A pesar de que el *mobbing* es un fenómeno universal ninguna organización se encuentra exenta de su aparición.

## REFERENCIAS

- Altamirano, J. (27 de marzo de 2018). Inegi: 18 mil dejan trabajo por acoso y discriminación. El universal. Recuperado de <https://www.eluniversal.com.mx/cartera/economia/inegi-18-mil-dejan-trabajo-por-acoso-y-discriminacion>
- Arciniega, R. (2009). El acoso moral (Mobbing) en las organizaciones laborales. *Psicología Iberoamericana*, 17(2), 13-23.
- Ayala, D. (2016). El acoso psicológico o mobbing en instituciones de educación superior. Recuperado de <https://optisnte.mx/wp-content/uploads/2016/09/request-9.pdf>
- Camara de diputados del Congreso de la Unión . (12 de 06 de 2015). Ley federal del trabajo. Mexico.
- Fornés, J. (2005). Dos de cada diez enfermeros y enfermeras de las Islas Baleares se perciben como víctimas de hostigamiento laboral. Recuperado de <http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd49/mobbingcast.pdf>

- García, J., González, S. y Jornet, J. (2010). SPSS: Análisis de fiabilidad. Recuperado de <https://docplayer.es/20831888-Analisis-de-fiabilidad-garcia-bellido-r-gonzalez-such-j-y-jornet-melia-j-m.html>
- Lugo, M. (2017). Acoso Laboral "Mobbing". México: Comisión Nacional de los Derechos Humanos.
- González, J. y Rodríguez, M. (2005). Cuestionario de estrategias de acoso en el trabajo. El LIPT-60. Recuperado de <http://www.gonzalezderivera.com/art/pdf/manual-lipt60.pdf>
- Molero, M., Pérez, M. y Gázquez, J. (2016). Acoso laboral entre personal de Enfermería. *Enfermería universitaria*, 13(2), 114-123.
- Mancillas, M. (2017). Acoso laboral, una nueva epidemia en México. Recuperado de <http://cie.org.mx/index.php/2017/10/12/acoso-laboral-una-nueva-epidemia-en-mexico/>
- Trujillo, M., Valderrabano, M. y Hernández, R. (2007). Mobbing: historia, causas, efectos y propuesta de un modelo para las organizaciones mexicanas. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 17(29).
- Uribe, J. (2012). *Violencia y acoso en el trabajo: Mobbing*. Mexico, DF: Manual Moderno.
- Verona, M. y Santana, R. (2012). El mobbing: ¿el crimen perfecto? No, qué más quisieran "algunos". *Criterio Libre*, 10(17), 146-147. DOI: 10.18041/1900-0642/criteriolibre.2012v10n17.1145
- Vidal, M. (2006). El mobbing en el trabajo: su problemática. *Revista general informática de derecho*, 1. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2163193>

# **GESTIÓN MUNICIPAL DE RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS: UN CASO DE PODER, NEGOCIACIÓN Y TOMA DE DECISIONES EN CENTRO, TABASCO**

Priscila Nayeli Ramos Martínez<sup>1</sup>

Jorge Rebollo Meza<sup>2</sup>

Concepción Reyes de la Cruz<sup>3</sup>

Rosa María Martínez Jiménez<sup>4</sup>

## **RESUMEN**

El presente documento describe el conflicto de poder que enfrenta el Municipio de Centro Tabasco ante la gestión de los residuos sólidos urbanos (RSU), así como la necesidad de negociación con empresas recicladoras para favorecer la gestión ambiental. La falta de tratamiento de los desechos que se generan cada día en este municipio, afecta a la estructura organizacional encargada de la administración municipal de la basura. Esta problemática demanda toma de decisiones congruentes, necesarias para establecer medidas que coadyuven al máximo rescate y aprovechamiento de los desechos, buscando la interrelación entre factores sociales, organizacionales y ambientales para mejorar la calidad de vida humana. Se realizó un primer acercamiento a la gestión municipal aplicando un método de investigación-acción de enfoque participativo con la intervención de los actores involucrados. Las unidades de análisis fueron el Centro de Transferencia Municipal

---

<sup>1</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. prisci\_1395@hotmail.com

<sup>2</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. jorge\_rebollo\_58@hotmail.com

<sup>3</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. ConcepcionReyesDelaCruz@hotmail.com

<sup>4</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. rosimarj@hotmail.com

y la empresa Poliplasts, S.A. de C.V.; se observaron como sujetos de estudio los servidores públicos que prestan el servicio de recolección, traslado, tratamiento y disposición final de los residuos sólidos urbanos en el municipio de Centro, Tabasco, pepenadores, acopiadores y personal de la empresa Poliplasts.

**PALABRAS CLAVE:** Gestión, Residuos, Conflicto, Poder

## **INTRODUCCIÓN**

El hombre ha interactuado con el medio desde sus inicios y con el paso del tiempo ha ido modificándolo a conveniencia debido a sus actividades. Conforme al crecimiento poblacional y al avance tecnológico el impacto sobre el medio ambiente se ha intensificado (Garrido et al., 2015). La preocupación de la población por el daño ocasionado al medio ambiente y los recursos naturales ha incentivado a buscar soluciones que ayuden a contrarrestar la crisis ambiental actual, que representa principalmente dos grandes problemas, el calentamiento global y el agujero negro de la capa de ozono (Villalobos, 2007).

La materia ambiental es un tema que incluye responsabilidades políticas y gestiones eficientes para su conservación; es por ello que surge la necesidad de analizar la problemática desde su origen, así como los efectos de la contaminación (Hernández, 2015). La gestión ambiental de los residuos sólidos urbanos representa un conflicto que requiere especial atención para gestar negociaciones con organizaciones que ofrezcan el tratamiento de los mismos para su máximo aprovechamiento. El sustento teórico de esta investigación describe el poder, el conflicto, la negociación, la política, la toma de decisiones, la participación ciudadana y la participación de las autoridades como elementos que convergen en la gestión municipal de los residuos sólidos urbanos y la necesidad de negociación con empresas recicladoras que favorezca la gestión ambiental.

En investigación anterior se describió la cadena de suministro del Tereftalato de Polietileno (PET) en la ciudad de Villahermosa, Tabasco a partir de la necesidad de la empresa Poliplasts, S.A. de C.V. de modernizar la cadena de valor para el cumplimiento de estándares internacionales de reciclaje manual de PET (CONACYT-UJAT, 2015). Los investigadores describieron la cadena de valor del PET desde la perspectiva de la empresa citada (Martínez, Pérez y Jacinto, 2015). El presente estudio pretende dar seguimiento a la

investigación desde la gestión municipal de los residuos sólidos urbanos (RSU) que representa un caso de poder, negociación y toma de decisiones para el Municipio de Centro, Tabasco.

El análisis del marco normativo conlleva a determinar, que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 115 establece, tanto la organización política como la administrativa de los estados. La Fracción I indica que cada Municipio será gobernado por un Ayuntamiento, el número de regidores y síndicos que la ley determine; la Fracción III inciso C establece como función y servicio público de limpia, recolección, traslado, tratamiento y disposición final de residuos, mismo que, se recalca en el artículo 10 de la Ley General para la Prevención y Gestión Integral de Residuos (Cámara de Diputados y H. Congreso de la Unión, 2019).

La INAFED (2004) señala que la gestión ambiental municipal determina el rol de los planes y programas en el ámbito local, estableciendo los procedimientos y conocimientos técnicos que deben manejar los integrantes del H. Ayuntamiento y los presidentes municipales, que cuentan con el soporte de una organización operativa adecuada con facultades para coordinar acciones y ejercer control sobre los problemas y situaciones conflictivas. La participación social y la protección del ambiente son fundamentales para la implementación de políticas ambientales que surgen en consecuencia del daño y la degeneración de los recursos naturales; esto se refleja en las reformas que se han realizado al marco jurídico en cuestiones ambientales.

Las estadísticas de SERNAPAM (2009) revelan que en el Municipio de Centro, Tabasco había un promedio de 685,184 habitantes y la generación de basura es de .99 kg per cápita por habitante al día. Lo que genera un promedio de 675.4 toneladas diariamente (tabla 1).

Tabla 1  
*Estadística de generación de basura por día y año en el Municipio de Centro, Tabasco*

Región	Municipio	Población 2013 (aproximada)	Generación TON/DÍA	Generación PER CAPITA KG/HAB/DÍA
Centro	Centro	680,154	675.4	0.99

**Fuente:** Diagnóstico básico para la Gestión Integral de Residuos en el Estado SERNAPAM (2009)

Con relación al proceso que deben seguir los residuos sólidos urbanos, el Reglamento del Servicio Público de Limpia, Recolección, Traslado, Tratamiento y Disposición Final de Residuos Sólidos Urbanos del Municipio de Centro, en sus artículos 7 Fracción VII, 13, 59 Incisos A, I, 90, 91, 92, 93, 97 y 98, señala la obligatoriedad de la separación de los residuos sólidos en orgánicos e inorgánicos y establece la penalización a los particulares en caso de incumplimiento. Lo anterior es considerado un supuesto, ya que hasta el año 2019, no han sido establecidos procedimientos que propicien la cultura de la separación de los desechos desde el origen, por lo que la ciudadanía ignora la existencia de tal normatividad.

A continuación se describen los elementos teóricos que sustentan la investigación relacionados al poder, conflicto, negociación, política, toma de decisiones, participación ciudadana, actuación de autoridades y residuos sólidos urbanos.

Poder. Al respecto Robbins y Judge (2009) refieren que es la capacidad de un agente de influir sobre el comportamiento de otro para que actúe conforme a sus intereses. De acuerdo con Chiavenato (2009) dentro de las organizaciones se distinguen dos elementos de poder, el liderazgo y la influencia: el liderazgo se interpreta como un poder que permite influir en otros a través de las relaciones, mientras que la influencia implica una relación interpersonal, en la que un individuo actúa para provocar o modificar un comportamiento. Este último está ligado a la vez, a dos conceptos, poder y autoridad; el poder es la capacidad de controlar decisiones y acciones de otros, en tanto que la autoridad se refiere a las facultades que tiene una persona gracias a la posición que ocupa en una estructura organizacional.

Conflicto. Para la comprensión del conflicto ambiental Munevar y Valencia (2015) sugieren dos elementos: los hechos que dieron lugar al conflicto y las relaciones entre éstos y su dimensión ambiental. En primer lugar, los hechos que dan lugar al conflicto los constituye la materialización o amenaza de daño. Por daño se entiende: "cualquier detrimento que sufra una persona en algún interés legítimamente protegido, incluidos los materiales y los de la personalidad [...]" (García, 2009, p. 13 en Munevar y Valencia). Como condición necesaria para dar origen a un conflicto ambiental, se necesita de la existencia de un daño que haya causado afectaciones o vulneraciones, o en su defecto, haya una violación a los efectos que pueda acarrear dicho daño. Como segundo elemento, se requiere el vínculo de los hechos con la dimensión ambiental. Este tipo de perjuicio no solo

se compone de elementos asociados a la naturaleza; posee también una connotación más amplia sobre la cual la doctrina ha hecho mención, respecto a la necesidad de distinguir entre la lesión que causa consecuencias directas a los recursos naturales y sus consecuencias.

Negociación. Botero et al. (2006) consideran que un buen acuerdo debe ir de la mano con los objetivos trazados al iniciar una negociación, así como definir los aspectos complementarios que permitirán establecer los compromisos de ambas partes, sus responsabilidades y los procedimientos en casos de incumplimiento. Los acuerdos de cooperación ambiental tienen como objetivo contribuir a la protección y mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad; en ocasiones suelen darse entre grupos. Mirabal (2003) refiere que este tipo de negociación comprende una complejidad más amplia que proviene de las diferentes opiniones, necesidades, intereses, posiciones y formaciones.

Política. Polanco (2006) señala que los objetivos de una política sirven para determinar los factores de un sistema de indicadores, por lo que, considera necesario definir el ámbito que refiere a la sostenibilidad y además, se debe estructurar un marco de acceso e interacción en esquemas de organización analítica que tomen como base la información específica de acuerdo al origen del problema ambiental que se presente. Para este efecto el recurso o medio, abarca aire, agua, suelo y recursos bióticos por separado; el aspecto sectorial: depende del factor de producción (agricultura, pesca y energía); el término espacial se refiere a la magnitud del territorio afectado (local, regional, nacional o global); el factor ecosistémico se refiere a las características ecológicas distintivas y el causal se refiere a los cambios generados por la actividad humana.

Con lo anterior, se entiende que para elaborar una política en materia ambiental es necesaria la clasificación de la información que permita percibir la dimensión del daño que se está ocasionando. Sin embargo, una política ambiental requiere de la determinación de la administración pública para tomar decisiones en la materia, además de la participación de la sociedad. En este sentido, Polanco (2006) indica que desde un enfoque sistémico y la complejidad que comprende, se deben visualizar las interrelaciones que surgen dentro de la propia función, así como la jerarquía establecida.

Toma de decisiones. Dentro una organización se define la toma de decisiones como el proceso de definición de problemas, recopilación de datos, generación de alternativas y selección de un curso de acción. Cotidianamente las organizaciones se ven en la necesidad

de llevar a cabo este proceso, ya sea por cuestiones internas o externas. Las internas comprenden dos niveles, el operativo y el estratégico, el primero abarca la rutina y el segundo las decisiones que requieren un análisis sistemático, además de la elección de soluciones alternas (Sandoval y Díaz, 2016). En materia de problemas ambientales, se consideran factores externos que no afectan directamente a la organización, sino que, afectan se entorno. Esto obliga a tomar las decisiones prudentes que disminuyan el efecto del problema.

La participación ciudadana. Es una medida que debe considerarse para la toma de decisiones y para ello se toman en cuenta el nivel de apertura, la organización, la finalidad con la que se use la información y la manera de procesarla, esto significa a que antes de fijar la decisión, que tenga el poder debe hacer uso de los instrumentos necesarios para conocer la opinión de las personas, ya sean encuestas o reuniones (Villada, 2015). Esta herramienta es altamente importante en materia de políticas ambientales, puesto que permite visibilizar hacia dónde debe estar orientada.

La actuación de las autoridades. Es proveer un marco justo para la toma de decisiones, teniendo como punto de partida el establecimiento de su actuar, es decir la forma en que las instituciones gubernamentales participarán en la elaboración e implementación de políticas públicas en materia ambiental (Alfie, 2013).

Con relación a la generación de residuos sólidos urbanos (RSU), refiriendo a lo que establece la ONU-HABITAT, Gran y Bernache (2016) tiende a incrementar a la par del crecimiento poblacional y al desarrollo económico de consumo. Grandes cantidades de desechos son depositados día con día en los rellenos sanitarios y se transforman tanto en deterioro ambiental como en afectaciones a la sociedad. Realizar una gestión integral de los desechos es un desafío que no muchos gobiernos locales logran asumir; sin embargo, representan una oportunidad para mejorar la calidad de vida de la población y preservar el medio ambiente.

## **OBJETIVOS Y METAS**

Describir el conflicto de poder que enfrenta el Municipio de Centro Tabasco ante la gestión de los residuos sólidos Urbanos, así como la necesidad de negociación con empresas recicladoras para favorecer la gestión ambiental.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Mediante un estudio de enfoque cualitativo, se realizó el diagnóstico de la gestión municipal con relación al tratamiento de residuos sólidos en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco, aplicando un método de investigación-acción de enfoque participativo con la intervención de los actores involucrados (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Se tomaron como unidades de análisis el Centro de Transferencia Municipal, la empresa Poliplasts, S.A. de C.V.; se observaron como sujetos de estudio los servidores públicos de la gestión municipal para brindar el servicio de recolección, traslado, tratamiento y disposición final de los residuos sólidos urbanos en el municipio de Centro, Tabasco, pepenadores, acopiadores y personal de la empresa Poliplasts. Esto, con la intención de conocer el funcionamiento de los sectores público y privado con relación al tratamiento de desechos.

## **RESULTADOS**

Se dio seguimiento a la cadena de suministro del PET (Tereftalato de Polietileno) y se observó que en la mayoría de los casos la ciudadanía no separa los desechos. Los residuos son recogidos en la ciudad de Villahermosa por el servicio de limpia mediante los camiones recolectores, que se dirigen con los materiales al Centro de Transferencia Municipal.

La visita a este centro, permitió detectar un promedio de 150 pepenadores autorizados por el Ayuntamiento para trabajar en el lugar. La operación dentro del recinto conlleva el siguiente proceso: arribo del camión recolector y vaciado del producto; recolección por parte de los pepenadores en un tiempo aproximado de diez minutos; entrada del trascabo para levantar el producto y ponerlo en un tráiler que lo traslada al relleno sanitario (ver figuras 1 y 2).



Figura 1. Momento de rescate de desechos por los pepenadores en el Centro de Transferencia Municipal (CONACYT-UJAT, 2015).



Figura 2. Un trascabo depositando desechos dentro del tráiler para su posterior traslado al relleno sanitario (CONACYT-UJAT, 2015).

El producto recolectado tiene la siguiente trayectoria, en este caso se describe la del PET y otros productos plásticos de alta densidad (HDPE). Al Centro de Transferencia entran acopiadores, pequeños empresarios que compran a los pepenadores el plástico, producto que es pesado con básculas de gancho y negociado al momento. Acto seguido, los acopiadores se dirigen directamente a la empresa Poliplasts ubicada en la Ranchería Anacleto Canabal, donde el plástico es adquirido por la empresa como materia prima para incorporar a sus procesos productivos. En esta planta se separan los plásticos de acuerdo a sus características, PET transparente y de colores, HDPE colores azul, blanco y verde. En el caso del primer producto la empresa lo compacta en pacas de 450 a 500 kg de peso que representan un producto final comercializable con otros estados. El HDPE de colores es trasladado a una de las plantas de la empresa ubicadas en Cárdenas, la mezcla del azul, blanco y verde permite obtener un peletizado turquesa producido a petición de la industria

Allen de Ciudad Industrial en Villahermosa, que fabrican los envases para su propia producción de artículos de limpieza.

Como puede observarse, no todo el producto que depositan los camiones recolectores es susceptible de incorporarse nuevamente a una cadena de valor. En el suelo quedan toneladas de basura (figura 3) que no alcanzan a ser aprovechadas por los trabajadores del camión recolector o los pepenadores y que el trascabo no logra poner dentro del tráiler. Ese producto será revisado durante el día por los pepenadores que buscarán aquéllos susceptibles de negociación. Estos desechos conforman un tiradero a cielo abierto, lo que representa un foco de infección y es atrayente de aves de rapiña.

En consecuencia, las cantidades de basura que llegan al Centro de Transferencia no permiten la adecuada separación de los residuos rescatables que puedan ser reinsertados al flujo de producción.



Figura 3. Se observan montañas de basura que quedan a merced de las aves de rapiña y de los pepenadores (CONACYT-UJAT, 2015).

El resultado de esto refleja el conflicto que representa para el Municipio la gestión de la basura, por lo que requiere de la participación de terceros para establecer negociaciones que permitan la entrada al Centro de Transferencia de la basura a las empresas recicladores. Tales negociaciones implican, desde la renta de una fracción de terreno para que se establezcan, hasta la generación del compromiso de generar el máximo aprovechamiento de los RSU y el rescate de orgánicos susceptibles de generar composta y otros posibles productos, hasta desaparecer por completo los desechos, bajando el impacto de basura al relleno sanitario. Lo anterior está previsto claramente en el artículo 47 del Reglamento citado, que refiere el tratamiento de los RSU.

Empresas como Poliplasts, esperan la posibilidad de establecer negociaciones con el Municipio de Centro para acercarse al lugar que podría convertirse en un centro de procesamiento de los residuos sólidos urbanos.

La reutilización y el reciclaje de materiales se consideran esenciales para reducir el deterioro de los ecosistemas. Desde el enfoque económico, la disminución del volumen de residuos enviados al relleno sanitario reduce costos de operación. De acuerdo a estimaciones de la OCDE, el monto destinado al manejo y tratamiento de residuos en los países miembro asciende a un tercio de los recursos financieros destinados al sector público para combatir la contaminación (SEMARNAT, 2012).

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) publicó en el año 2015 un promedio de 684,847 habitantes en el Municipio de Centro, Tabasco. De acuerdo con los datos de la tabla 1 la generación *per cápita* de basura por habitante al día en este municipio es de .99 kg, por lo que al año se generan 246,521 toneladas de basura.

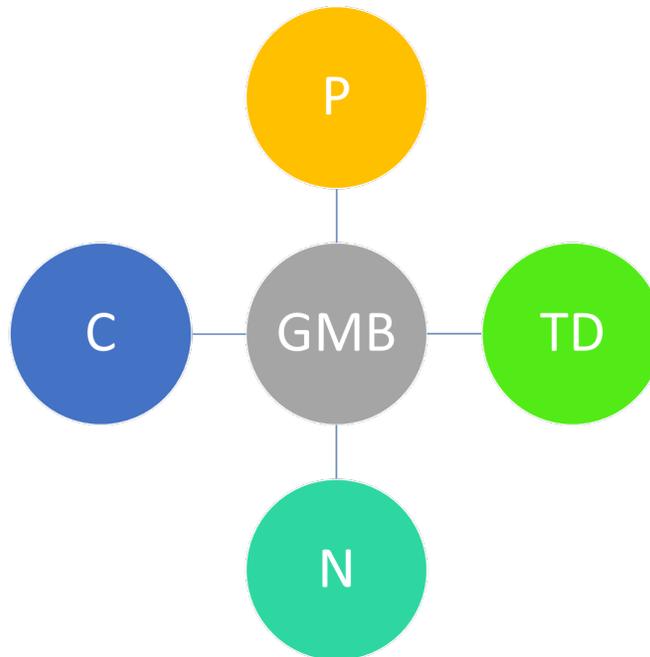


Figura 4 Relación del poder y el conflicto con la negociación en la Gestión Municipal de Residuos Sólidos Urbanos.

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación

La relación del poder y el conflicto con la negociación en la gestión de residuos sólidos urbanos se representa en la figura 4. La gestión municipal de la basura (GMP) representa un conflicto (C) para el Ayuntamiento de Centro en el Estado de Tabasco.

Requiere de negociaciones (N) con empresas recicladoras que lleven a la toma de decisiones (TD) congruentes en el ejercicio del poder (P) de la presente gestión, que permitan abrir el Centro de Transferencia de la basura a las industrias para el procesamiento de desechos y comprometerlas a optimizar el recurso para su máximo aprovechamiento.

C- Conflicto que enfrenta el Ayuntamiento de Centro para la administración de la basura.

P- Poder es la capacidad del Ayuntamiento de Centro para llevar a cabo negociaciones.

TD- Toma de decisiones es la que ejecuta el Ayuntamiento de Centro en ejercicio del poder.

GMB- Gestión Municipal de la Basura. Es el compromiso para administrar los RSU en el Centro de Transferencia de la basura.

## **CONCLUSIONES**

Mediante un método cualitativo se logró un acercamiento al conflicto que representa la gestión municipal de la basura para el Ayuntamiento de Centro en el estado de Tabasco. A través de entrevistas semiestructuradas y la observación se ha logrado crear un precedente de la situación actual y sentar las bases para que en una futura investigación se le dé seguimiento, se presenten alternativas al departamento de servicio y recolección de la basura y se generen expectativas sobre la posibilidad de llevar a cabo negociaciones con las empresas recicladoras. De estas empresas se conoce el antecedente del proyecto CONACYT desarrollado por profesores investigadores de la UJAT-UVM que aportaron el conocimiento de la cadena de suministro de la basura en el Municipio de Centro y se tuvo contacto directo con los actores que actualmente participan en la misma. Se percibió el interés de la industria Poliplasts, S.A. de C.V. de obtener el acceso al Centro de Transferencia de la basura para industrializarla. Las expectativas son convertirlo en un centro de procesamiento de residuos sólidos urbanos y desechos orgánicos.

## PROPUESTAS

1. Que el Municipio de Centro convierta el Centro de Transferencia de la basura en un Centro de Procesamiento de Residuos Sólidos Urbanos.
2. Que el Municipio de Centro firme convenios de negociación con empresas recicladoras, en los que se establezca el compromiso de renta de espacios dentro del Centro de Procesamiento de Residuos Sólidos Urbanos para el tratamiento de los mismos.
3. Promover la cultura del reciclaje, sensibilizando a la ciudadanía sobre la importancia del manejo de residuos sólidos urbanos.
4. Que las empresas recicladoras se comprometan a incorporar al trabajo formal a los pepenadores que actualmente no gozan de protección social.

## REFERENCIAS

- INAFED. (2004). *Guía para el buen gobierno municipal* (Vol. Nueve). México, D.F: SAGARPA.
- Alfie, M. (2013). Geografías de la gobernanza ambiental: los casos holandés y canadiense. *Espacio Abierto*, 22(1), 7-43. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12226119008>
- Botero, S., Betancur, J., López, C., y Mesa, D. (2006). La negociación como parte integral de la administración de los recursos energéticos en la empresa. *Energética*, 36, 51-61. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=147019426006>
- Cámara de Diputados y H. Congreso de la Unión. (09 de 08 de 2019). *Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos*. Recuperado de [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1\\_090819.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_090819.pdf)
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional* (Segunda ed.). México, D.F: McGraw Hill.
- CONACYT-UJAT. (Enero de 2015). *Modernización de la cadena de valor para el cumplimiento de estándares internacionales en el reciclaje manual de PET*. Recuperado de <https://www.conacyt.gob.mx/index.php/sni/fichas/2014-7/7276-213709-ficha-publica-2014/file>
- Garrido, M., González, M., Casas, M. y Figueroa, N. (2015). Educación ambiental para la toma de decisiones: un reto para el sector cooperativo cubano. *Revista de Cooperativismo y Desarrollo*, 3(2), 126-133. Recuperado de <http://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/96/242>
- Gran, J. y Bernache, G. (2016). Gestión de residuos sólidos urbanos, capacidades del gobierno municipal y derechos ambientales. *Sociedad y Ambiente*, 9, 73-101.

- Hernández, E. (2015). Ambiente, gestión ambiental. Avances y retrocesos del ambiente y desarrollo sustentable en Venezuela. *Provincia*, 34, 97-116. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/555/55544729006/html/index.html>
- Martínez J., Pérez S, y Jacinto C. (2015). *Diseño e implementación de la nueva cadena de suministro de la industria recicladora de PET en Tabasco* (Vol. I). Recuperado de <http://www.colpamex.org/pdf/congreso2015/Memoria%202015.pdf>
- Mirabal, D. (2003). Técnicas para manejo de conflictos, negociación y articulación de alianzas efectivas. *Provincia*, 10, 53-71.
- Munevar, C. y Valencia, J. (2015). Origen y transformación del conflicto ambiental: análisis de los procesos de participación y educación en dos estudios de caso. *Civilizar*, 15(25), 47-60.
- Polanco, C. (2006). Indicadores ambientales y modelos internacionales para toma de decisiones. *Gestión y Ambiente*, 9(2), 27-41.
- Robbins, S.y Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional*. Mexico: Pearson Educación.
- Sandoval, E. y Díaz, S. (2016). Procesos de toma de decisiones y adaptación al cambio climático. *Ambiente & Sociedad*, 19(4), 175-194.
- SEMARNAT. (2012). Informe de la situación del medio ambiente en México. Recuperado de <https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/informe15/tema/cap7.html>
- Villada, M. (2015). Políticas ambientales en México. El caso de los contaminantes orgánicos persistentes. *Región y Sociedad*, 27(63), 5-29.
- Villalobos, K. (2007). La gestión ambiental como estrategia para el mejoramiento de la calidad del aire en la ciudad de Barranquilla. *Prospectiva*, 5(1), 31-35.

# LA PAZ COMO CONDICIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DEL DESARROLLO SOSTENIBLE DE MÉXICO

Yesdeguer Cervantes Jiménez<sup>54</sup>

Miguel Ángel Ramírez Martínez<sup>55</sup>

María Cruz Cuevas Álvarez<sup>56</sup>

## RESUMEN

Se señala la relación que existe entre la paz y el Desarrollo Sostenible mediante un estudio y análisis de algunas teorías de la paz, así como lo que marcan los organismos internacionales en materia de paz y desarrollo sostenible.

Se hace primero un estudio sobre los antecedentes de México en su búsqueda para construir la paz, hasta llegar a la aceptación y ratificación de los ODS, esto como muestra clara de las intenciones de México de construir la paz y la obligación internacional que tiene para cumplir con esos ODS.

Posteriormente se hace una revisión teórica para conocer si más allá de los ODS, hay un fundamento teórico que vincule la paz y el Desarrollo Sostenible, esto para conocer si se debe de trabajar en generar una agenda pública a favor de la construcción de la paz en México, en vista que esto permita un mejor Desarrollo Sostenible del país.

Se discute la relación que tanto la teoría como la UNESCO en sus Objetivos del Desarrollo Sostenible hacen sobre la paz y el Desarrollo Sostenible y se concluye con que existe una relación entre ellos y que se debe entonces crear política pública que genere la paz como elemento que ayude a mejorar el Desarrollo Sostenible de México.

**PALABRAS CLAVE:** Paz, Relación, Desarrollo, Sostenible

---

<sup>54</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. jovenescultura27@hotmail.com

<sup>55</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. mangel113@hotmail.com

<sup>56</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. maria\_cuevas\_sead@hotmail.com

## **INTRODUCCIÓN**

Según la UNESCO, los altos niveles de violencia armada e inseguridad tienen consecuencias destructivas para el desarrollo de un país, afectan el crecimiento económico y redundan a menudo en agravios arraigados que pueden extenderse por generaciones. Sin paz, estabilidad, derechos humanos y gobernabilidad efectiva basada en el Estado de derecho, no es posible alcanzar el desarrollo sostenible.

En el mismo sentido, el índice de paz global de 2018, que realizó el Instituto de Economía y Paz, señala que México se mantiene dentro de los 25 países menos pacíficos del mundo, de los 163 países analizados, ocupando el número 140 en el ranking de niveles de paz, manteniendo el mismo puesto en la edición del 2019.

Es complejo el estudiar la paz, los indicadores son claros al medir el nivel de paz, pero primero se debe entender lo que significa la Paz. Al hablar de paz en un país, se debe entender ésta no solo como la ausencia de conflictos bélicos u hostilidades, países beligerantes o declaratorias de guerra por parte de los estados, la paz verdadera, según la óptica de las Naciones Unidas, a través de sus órganos como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura o UNESCO, por sus siglas en inglés, se forma por una variedad de procesos dinámicos de orden participativo, enfocado en la solución de las controversias y las diferencias, siempre bajo un orden de entendimiento y una cooperación mutua.

Existen sin embargo una gran variedad de definiciones de paz y hay varios tratadistas que señalan puntualmente los elementos que involucran la situación o el estado de paz, tratándose desde diferentes perspectivas, algunos la definen desde una concepción holística, espiritual, hasta quienes lo hacen de forma humanista, es por ello que tratar de entender lo que realmente implica el concepto de paz, puede ser muy tedioso y complicado si no se decide por abordar una perspectiva única, en este caso, se tomó en consideración únicamente la definición de la UNESCO de la PAZ, así como la teoría de Johan Galtung sobre la Paz Neutra, en donde aborda los elementos de la paz.

La Organización de las Naciones Unidas, a través de la UNESCO, se ha pronunciado en los elementos que se deben cumplir para tener una cultura de paz, siendo estos: Educación, derechos humanos, promover el desarrollo económico social y sostenible, igualdad entre hombres y mujeres, democracia, promover la comprensión, tolerancia y responsabilidad, apoyar

la comunicación participativa y al libre circulación de la información y de conocimientos, promover la paz y la seguridad a nivel internacional.

Todo lo anterior se encuentra sustentado en el objetivo número 16, de los 17 objetivos de Desarrollo Sostenible de la UNESCO, mismos que México ratificó a través de sus instrumentos legales en materia de relaciones internacionales. De ahí la imperiosa necesidad de cumplir con dichos objetivos, siendo el alcanzar la paz en su territorio, según la percepción de paz de la UNESCO.

En dichos objetivos, la UNESCO relaciona a la paz como uno de los elementos necesarios para el desarrollo sostenible de los estados, y enmarca los requisitos así como los elementos que deben contener los esfuerzos de cada país para lograr un desarrollo que sea sostenible.

No se puede concebir el desarrollo de un país como sostenible, si no cuenta con las condiciones necesarias que brinden una garantía a sus ciudadanos para que gocen de paz, ya que la violencia y los conflictos violentos son algunos de los elementos que frenan o ralentizan el desarrollo de un estado, a lo mismo que generan para la sociedad condiciones que le impiden alcanzar un correcto desarrollo personal y social.

## **OBJETIVOS Y METAS**

El objetivo general de la investigación fue descubrir la relación que existe entre la paz y el desarrollo sostenible de México, esto con la meta de obtener una herramienta que permita entender la relevancia y la relación que existe entre la paz como un elemento del desarrollo de los estados, en este caso México, servirá para que se genere política pública al respecto y sirva como referencia para entender que hay que trabajar en el desarrollo de la paz.

De igual forma se suma a los esfuerzos para construir la paz en México, ya que el país no tiene paz, según información de índices estadísticos como el Índice de Paz Global del 2019.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

La investigación contó con un enfoque cualitativo al ser un tema de frontera el estudiado y puesto que el diseño cualitativo, “es recomendable cuando el tema del estudio ha sido poco explorado o no se ha hecho investigación al respecto en ningún grupo social específico” (Sampieri, 2014).

Se utilizó el método de observación estructurada, ya que la observación “es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis” (Ruiz, 2010), mientras que la Observación estructurada es “la que se realiza con la ayuda de elementos técnicos apropiados, tales como: fichas, cuadros, tablas, etc.,” (Quintana, E. G. 2008, P. 341).

Para el desarrollo y procesamiento de los datos se siguió el tipo de diseño Sistemático, ya que es el más adecuado puesto que “este diseño resalta el empleo de ciertos pasos en el análisis de los datos... y está basado en el procedimiento de Corbin y Strauss (2007)”.

## **RESULTADOS**

### **Antecedentes mexicanos para la construcción de la paz.**

Por otra parte en el 2018 el nivel de paz en México disminuyó un 4.9 por ciento, respecto al año anterior, siendo un consecutivo de tres años que el nivel de paz en México disminuye, esto según información obtenida en el índice de Paz de México. Por lo que se infiere que México no tiene paz.

El 25 de septiembre de 2015, México junto con otros 129 líderes mundiales, aprobaron en una cumbre celebrada en Nueva York en reunión plenaria de alto nivel de la Asamblea General la Agenda “Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible” entrado en vigor el 1 de enero de 2016, contenido los Objetivos del Desarrollo Sostenible, los cuales son una iniciativa impulsada por Naciones Unidas para dar continuidad a la agenda de desarrollo tras los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Para resolver el problema de los bajos niveles de paz en algunos países, la UNESCO, en el 2017 modifica su impacto de acción a través del aumento a los objetivos del desarrollo sostenible u ODS por sus siglas en español, misma modificación donde ahora se enmarca a la

paz como uno de los 17 elementos para el desarrollo sostenible de los estados. Siendo el objetivo número 16 de los mismos, enmarcado como Paz, Justicia e Instituciones sólidas, ya que considera que sin paz no puede haber desarrollo sostenible al señalar que “Sin paz, estabilidad, derechos humanos y gobernabilidad efectiva basada en el Estado de derecho, no es posible alcanzar el desarrollo sostenible” (UNESCO).

En consideración a lo anterior se presentan los índices de impunidad, seguridad y corrupción, pues en ellos se enmarca el nivel de desarrollo de Justicia e instituciones sólidas a los que se refiere el objetivo 16, teniendo México una puntuación de la media nacional de impunidad, en 69.84, es lejana a la media internacional estimada para el índice global de impunidad, que se encuentra en 55.3, según datos del índice Global de Impunidad en México 2018. Siendo el más alto de los países de América y el cuarto país del mundo con mayor impunidad, por lo que se infiere que en México no hay instituciones sólidas.

Según la Encuesta Nacional de Seguridad Pública y Urbana del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Información INEGI, el 73.9 % de la población considera que, en términos de delincuencia, vivir en su ciudad es inseguro, por lo que se infiere que en México no hay seguridad, elemento necesario para la paz según la perspectiva de la paz de la UNESCO.

Aunado a lo que marca la UNESCO dentro de los Objetivos del Desarrollo Sostenible, en el terreno internacional existen países que contemplan el tema de la paz como parte fundamental de su política, tal cuál es el estado de Colombia, que presenta toda una línea de trabajos encaminados en desarrollar la Paz en su territorio, a través de políticas públicas que responden al programa de acción nacional Gobernanza para la Paz, y que ha demostrado ser efectivo para mejorar los índices de desarrollo económico y de bienestar social del país.

México acepta la Resolución de la Asamblea General de las Naciones Unidas donde se obligan los estados partes a seguir la agenda para alcanzar los ODS el 25 de septiembre del 2015. Obligándose a dar cumplimiento a dicha resolución, la cual pese a no tener un órgano jurisdiccional que obligue a los estados a su cumplimiento o sancione su incumplimiento, debe cumplir con el mismo debido a uno de los principios generales del derecho internacional mexicano, *pacta sunt servanda*, el cual obliga a México a cumplir con los convenios pactados y hacerlo de buena fe.

El Objetivo del Desarrollo Sostenible número 16 de la UNESCO, busca “Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles” (UNESCO). Hay que entender que “para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible son necesarias sociedades pacíficas, justas e inclusivas” (United Nations, 2019).

Los esfuerzos por alcanzar el ODS 16, no son los únicos que ha hecho México en su historia para lograr la paz, ejemplo de ello fue un proyecto multilateral desarrollado por parte del entonces embajador de México Alfonso García Robles, que fue el promotor y constructor de un tratado internacional denominado Tratado de Tlatelolco, de nombre oficial Tratado para la Proscripción de Armas Nucleares en América Latina y el Caribe, del 12 de Febrero de 1967, proyecto a cargo de Jorge Castañeda y Álvarez de la Rosa, y con sede en Ciudad de México.

Aunque el acuerdo creado fue puesto a disposición de los mandatarios nacionales que se buscaba lo firmaran hasta el 14 de febrero de 1969 y logró entrar en vigencia el 25 de abril del mismo año, fue un importante esfuerzo gestionado por México para lograr la paz, ya que el acuerdo tenía como fondo la desnuclearización de América Latina y la región del Caribe, siendo el primer tratado que lograba la prohibición de la creación u obtención de armas nucleares en una parte habitada del planeta.

Un antecedente que permite entender los esfuerzos del país por alcanzar la paz, encontramos un acuerdo entre 4 países de la región latinoamericana, Panamá, Venezuela y Colombia que junto con México crearon el Grupo Contadora, de los años 1983, hasta 1985, en dónde se realizaban gestiones que permitieran la construcción de la paz en sus países, a través de la terminación de las guerras centroamericanas y las guerrillas presentes en esos países. La gobernanza para la paz representa las reglas de juego para una pacificación del territorio a largo plazo, a través de políticas públicas y estrategias de construcción de paz. Implica el involucramiento de una diversidad de actores que tienen presencia en los territorios, y que se comportan de manera distinta según su rol y contexto, por lo que se hace necesario que las instituciones del Estado avancen en el mejoramiento de sus funciones, en articulación con los actores e interesados en los asuntos públicos.

Es claro que, tratándose de desarrollo sostenible, México debe de cumplir con varios requisitos y desarrollarse de una manera alineada a lo que la propia UNESCO señala en los Objetivos del Desarrollo Sostenible, siendo uno de estos elementos la paz, misma que contribuirá

a que el país se desarrolle de forma sostenible, sin pretender ser un único elemento que logre alcanzar dicho resultado.

Otro de los esfuerzos de México para la construcción de la paz en su territorio, surgió en Octubre de 2009, al nacer el Programa Conjunto Para la Prevención de Conflictos, Desarrollo de Acuerdos y Construcción por la Paz, enfocada en la resolución de conflictos en el sur del país, específicamente en el estado de Chiapas, enfocándose en la prevención de los conflictos y el desplazamiento de civiles en lugares en conflicto armado.

El programa fue financiado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), haciendo uso de los recursos provenientes del Fondo para el Logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

El programa no solo trabajó directamente con las localidades afectadas, sino que sumó esfuerzos junto con organizaciones civiles, así como con instancias gubernamentales y los tres poderes de gobierno, tanto el Ejecutivo, Legislativo e incluso con el Judicial, en cada uno de los tres órdenes de gobierno, federal, estatal y municipal, todo con la intención de construir una cultura de legalidad que privilegiara la resolución de conflictos mediante el dialogo ordenado, buscando indirectamente el mejor acceso a la justicia por parte de las víctimas del conflicto armado

El programa se dirigió en tres ejes específicos, el primero correspondía en lograr el Acceso a la justicia para personas desplazadas, el segundo eje era referente a la Construcción de una Cultura de Paz y fortalecimiento del tejido social, con el objetivo de educar para la resolución de los conflictos a través de las vías de dialogo y civilidad de forma pacífica, a través del trabajo en programas de educación, comunicación para el desarrollo y dialogo democrático. Así como un tercer eje, dedicado a la mejora de las condiciones de vida e ingreso de la población desplazada.

### **La teoría de la paz de Johan Galtung**

En su teoría sobre la paz, Johan Galtung nos hace una división de la paz, para su estudio en tres ramas específicas, los estudios empíricos sobre la paz, los estudios críticos sobre la paz y los estudios constructivistas sobre la paz.

Los Estudios empíricos sobre la paz se basan en el desarrollo empírico de la información, se encuadra la “la relación teoría-realidad y se compara de manera sistemática tal relación”

(Jiménez Bautista, F. 2009, p. 144), se distingue además porque se permite que las teorías se modifiquen si éstas no van de acuerdo a los datos analizados.

En cambio, los estudios críticos sobre la paz nacen desde un pensamiento crítico en el cual los trabajos son “elaborados desde una propuesta crítica, como es el caso de la comparación sistemática entre la realidad empírica (datos) y los valores, intentando mediante palabras o acciones modificar la realidad que no está de acuerdo con los valores” (Jiménez Bautista, F. 2009, p. 144), para esta división los valores obtenidos son prioritarios sobre las teorías.

Los estudios constructivistas se basan en el constructivismo, en este tipo de estudios, “se trata de armonizar las teorías a los valores, produciendo visiones sobre una nueva realidad en la que predominen los valores sobre las propuestas teórico-académicas” (Jiménez Bautista, F. 2009, p. 144).

En esta teoría, el autor establece la relación histórica entre tres conceptos específicos, la paz, la violencia y la humanidad, se hace una relación entre estos conceptos, graficándola según la óptima de Pareto, para obtener como resultado que “para Galtung, a mayor paz le correspondería menos violencia y viceversa” (Concha, P. C. 2009, p.63).

En esta teoría se trata de alcanzar la paz por medios pacíficos, poniendo atención especial en que ésta es la fórmula única para alcanzar la paz de manera correcta, “La Paz por medios pacíficos tiene que ser afrontada con mucha racionalidad y profundo respeto por el hombre y sus necesidades básicas (bienestar, libertad, identidad y sobrevivencia” (Concha, P. C. 2009, p.65).

Esta teoría se enmarca dentro de un nuevo contexto, de los estudios de la paz y la obtención de la misma a través de medios pacíficos, siendo ésta una salida más prudente de los conflictos. “Es una propuesta de nuevo paradigma pacífico” (Bedmar-Moreno, 2018).

Según esta teoría se puede alcanzar la paz, pero debe ser mediante los mecanismos del diálogo, el cual deberá siempre ser un diálogo responsable, con alcances empáticos hacia las demás personas, sincero y constructivo. Solo así será correcta la neutralización de los conflictos y de la violencia, así como la prevención de las mismas.

## **DISCUSIÓN**

Las teorías que abordan los estudios de la paz son diversas y se centran en diversos enfoques, el humanista, el holístico, el jurídico y el político, entre otras corrientes del estudio de la paz. Para el desarrollo de la investigación se sustentará en las teorías que corresponden al derecho, al derecho internacional, teorías económicas y las que se abordan desde el punto de vista social.

Para el estudio más centrado del tema se abordó la teoría de la paz neutra de Johan Galtung, enfocada en la resolución pacífica de las controversias, misma visión que maneja la UNESCO como condición para obtener la paz. Ya que para Galtung (2009), la paz es un elemento necesario para alcanzar el desarrollo.

En este trabajo se abordó dicha teoría para sustentar la importancia que tiene la paz como condición que contribuye al desarrollo sostenible de México, sin dejar de lado el señalamiento de la UNESCO para entender la paz como elemento del desarrollo sostenible, a través de sus ODS. Al agregar la paz dentro de los ODS, la UNESCO reconoce que ésta es necesaria para el Desarrollo Sostenible de los estados, es por ello que internacionalmente sí se reconoce la relación entre la paz y el desarrollo sostenible.

La tesis se desarrolló para que se pueda entender de forma más puntual, la relación que existe entre la paz y el desarrollo sostenible de México, y pueda así servir como una herramienta que permita a los tomadores de decisiones y generadores de políticas públicas entender qué se debe de trabajar en una agenda para la paz en los diversos sectores de gobierno y sociedad del país.

La mayoría de los trabajos que se pueden enfocar en la relación que existe entre la gobernanza y la paz son en realidad elementos legales, extraídos de declaraciones y pactos internacionales, así como de instrumentos internacionales como la UNESCO, que a través de sus objetivos del desarrollo sostenible, enmarcan a la paz como uno de los 17 elementos para el desarrollo sostenible de los estados.

Al respecto se entienden a Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como “un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad” (UNESCO, 2018).

Se tiene toda una gama de información proveniente de Colombia en donde se lleva a cabo la política pública de Gobernanza para la Paz y que relaciona todas las actuaciones del gobierno

colombiano, por lo que se cuenta con indicadores que revisan los niveles de impacto de esta política pública, lo cual nos permite entender el desarrollo de este tema, no desde la teoría sino desde la práctica.

Pese a la discusión que surge entre la teoría de Johan Galtung y lo que establece la UNESCO en sus Objetivos del Desarrollo Sostenible, ambas coinciden en que la paz es un elemento necesario para alcanzar el desarrollo de los países y es en esta coincidencia en donde se sustenta el supuesto de la investigación realizada la cual buscaba conocer si realmente existe una relación entre la paz y el Desarrollo Sostenible de México, puesto que aunque se enmarca en el objetivo 16 de los Objetivos del Desarrollo Sostenible de la UNESCO, no se explica si hay una perspectiva teórica que fundamente la inclusión de la paz como elemento del Desarrollo Sostenible o si quiera si realmente hay una vinculación entre ambos conceptos, por un lado paz y por el otro el Desarrollo Sostenible.

Sin embargo, “el desarrollo sostenible es un factor decisivo para mantener la paz y viceversa” (Martínez, 2017), pero es importante señalar que en la búsqueda de la paz, se deben seguir procesos pacíficos, no se puede obtener paz por otros medios (Galtung, 2003).

## **CONCLUSIONES**

Entender la relación que existe entre la paz y el desarrollo sostenible de México, desde la perspectiva de la teoría, así como de los organismos internacionales, puede servir para que los creadores de políticas públicas entiendan la importancia de trabajar para mejorar los niveles de paz en México y que de esta forma se pueda contribuir a un desarrollo sostenible de México.

México debe de trabajar en alcanzar la paz pues este es un elemento necesario para el desarrollo sostenible.

Para un proceso donde se busque la construcción u obtención de la paz, un estado debe transformar la estructura organizacional del mismo estado, no solo en las políticas públicas que guíen las acciones del estado sino en sus propias acciones dentro de las intuiciones gubernamentales.

Se trata pues de cambiar la forma de gobernar o hacer gobierno, puesto que se debe modificar el modelo de gobernanza gestionaría del país, a través de una renovación de la política

nacional, orientando las políticas públicas hacia la obtención de la paz, el respeto de los derechos humanos, la consagración de la justicia y las correctas instituciones públicas, mismas modificaciones u adiciones que deben incluirse en todas las áreas de organización del estado y hacia todas las directrices, como puedan ser cultura, educación, seguridad, recreación, etc.

México tiene además la obligación de cumplir con la agenda que enmarca los Objetivos del Desarrollo Sostenible, y es por ello necesario que los encargados de generar políticas públicas sepan que no solo se debe de trabajar para construir la paz, sino que es una obligación nacional el hacerlo, ante la comunidad internacional.

## PROPUESTA

México debe de trabajar en alcanzar la paz pues este es un elemento necesario para el desarrollo sostenible. Se debe de trabajar en cumplir con lo que la teoría específica en materia de educación para obtener la paz y crear políticas públicas diseñadas en educar para la paz, que se haga en todos los niveles educativos y en instituciones de educación tanto públicas como privadas, ya que educar para la paz es uno de los caminos adecuados según la teoría para poder obtener la paz ya que ésta por sí misma ayudará al mejoramiento del desarrollo de México y que este sea un desarrollo sostenible que cumpla además con los compromisos internacionales de la agenda 2030 de la UNESCO.

## REFERENCIAS

- Bedmar, M., Montero, I. (2013). Valoración de las representaciones sociales sobre el concepto de paz en futuros educadores. *Convergencia*, 20(62), 221-246.
- Calderón, P. (2009). Teoría de conflictos de Johan Galtung. *Revista de paz y conflictos*, 2, 60-81
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación 6ª Edición*. Mc Graw-Hill Education
- Galtung, J. (2003). *Paz por medios pacíficos: paz y conflicto, desarrollo y civilización*. Bilbao, España: Bakeaz
- Gutiérrez, E. (2008). Técnicas e instrumentos de observación de clases y su aplicación en el desarrollo de proyectos de investigación reflexiva en el aula y de autoevaluación del proceso docente. En S. Pastor y S. Roca (coord.), *La evaluación en el aprendizaje y la enseñanza del español como lengua extranjera/segunda lengua* (336-342). España: Universidad de Alicante, servicio de Publicaciones.
- Jiménez, F. (2009). Hacia un paradigma pacífico: la paz neutra. *Convergencia*, 16, 141-189.

Martínez, M. (2017). *Desarrollo sostenible y mantenimiento de la paz: dos caras de la misma moneda*. Recuperado de <https://www.undp.org/content/undp/es/home/blog/2017/7/20/Sustainable-development-and-sustaining-peace-Two-sides-of-the-same-coin/>

Ruiz, K. (2010). *Instrumentos de investigación*. Recuperado de <http://cienciassocialeskathy.obolog.es/instrumentos-investigacion-633764>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* 6ª Edición. México: Mc Graw-Hill Education

United Nations (2019). *Paz, Justicia e Instituciones sólidas. Por qué es importante*. Recuperado de [https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/wp-content/uploads/sites/3/2017/01/Goal\\_16\\_Spanish.pdf](https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/wp-content/uploads/sites/3/2017/01/Goal_16_Spanish.pdf).

Wilfrido Miguel Contreras Sánchez  
**Secretario de Investigación, Posgrado y Vinculación**

Pablo Marín Olán  
**Director de Difusión, Divulgación Científica y Tecnológica**

Francisco Cubas Jiménez  
**Jefe del Departamento Editorial de Publicaciones No Periódicas**