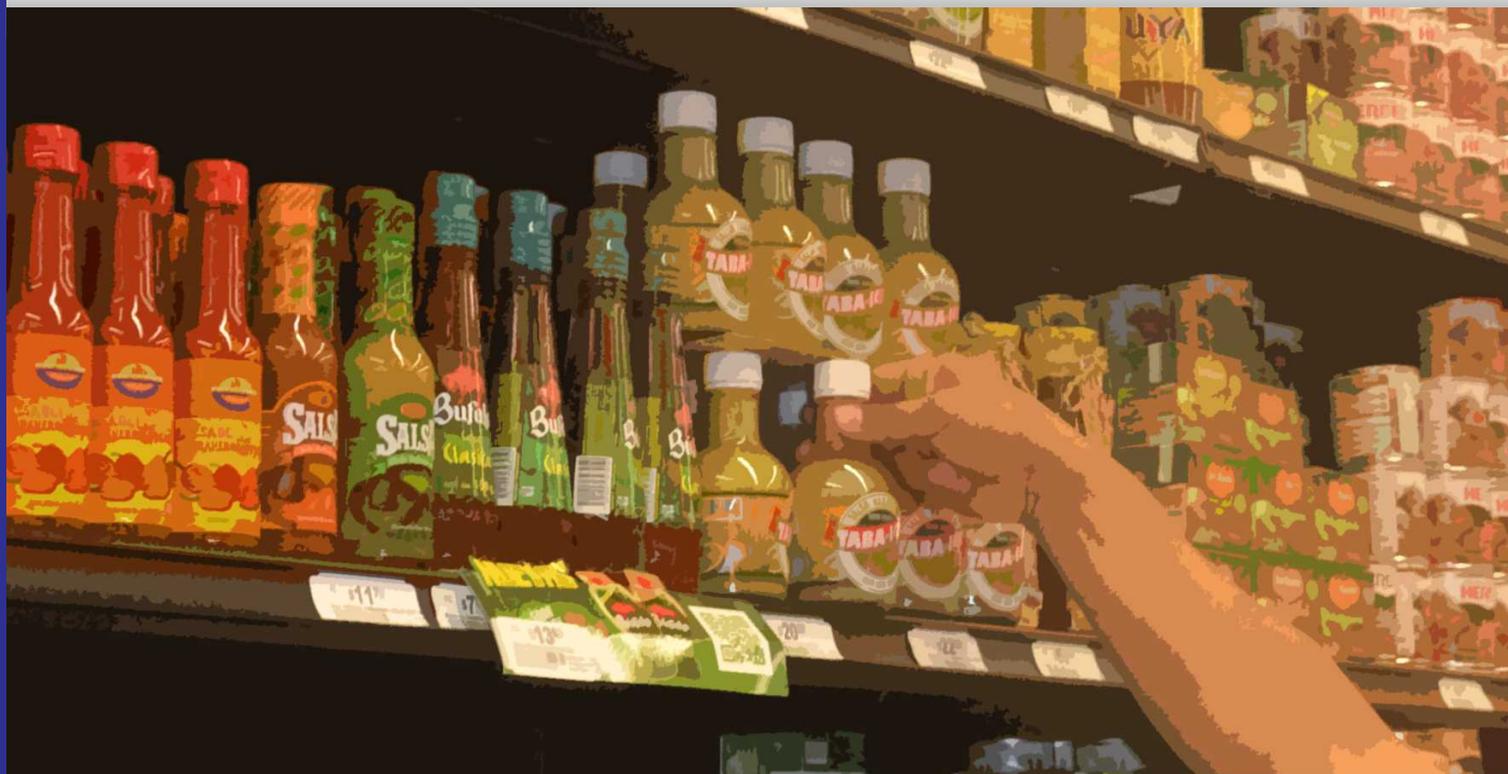


PERSPECTIVAS CIENTÍFICAS en Economía y Administración



COORDINADOR

Lenin Martínez Pérez

PERSPECTIVAS CIENTÍFICAS en Economía y Administración

C O L E C C I Ó N

MANUEL A. PÉREZ SOLÍS

Administración, contabilidad y mercadotecnia

José Manuel Piña Gutiérrez
Rector

PERSPECTIVAS CIENTÍFICAS en Economía y Administración



**UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO**

Perspectivas Científicas en Economía y Administración
-- Primera edición. - Villahermosa, Tabasco : Universidad Juárez Autónoma de Tabasco,
2016.

176 páginas. -- (Colección Manuel A. Pérez Solís).

Incluye referencias bibliográficas al final de cada capítulo.

ISBN: 978-607-606-402-3

Primera edición, 2017

D.R. © Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Av. Universidad s/n. Zona de la Cultura
Colonia Magisterial, C.P. 86040
Villahermosa, Centro, Tabasco.

El contenido de la presente obra es responsabilidad exclusiva de los autores. Queda prohibida su reproducción total sin contar previamente con la autorización expresa y por escrito del titular, en términos de la Ley Federal de Derechos de Autor.

Se autoriza su reproducción parcial siempre y cuando se cite la fuente.

ISBN: 978-607-606-402-3

Apoyo editorial : Francisco Morales Hoil
Diseño y formación: Calíope Bastar Dorantes

Hecho en Villahermosa, Tabasco, México.

ÍNDICE

DIAGNÓSTICO DE FACTIBILIDAD EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL SECTOR GOURMET EN TABASCO DEL QUESO DE PORO	7
SATISFACCIÓN LABORAL EN DESPACHOS CONTABLES DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS	15
LA INMIGRACIÓN JUDÍA Y SU INFLUENCIA EN LA ECONOMÍA MEXICANA	27
GENERACIÓN DE MIPYMES SUSTENTABLES, A TRAVÉS DE LA DIFUSIÓN Y PRESERVACIÓN DE LA UMA DEL MONO SARAGUATO, EN EL MUNICIPIO DE BALANCÁN, TABASCO	35
LA INVESTIGACIÓN, HERRAMIENTA ESENCIAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS COMPETENCIAS DE LOS ALUMNOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE LOS RÍOS	45
EL REZAGO EDUCATIVO Y LA POBREZA: UN ANÁLISIS ESTADÍSTICO DEL ESTADO DE TABASCO	55
ESTUDIO A LA GESTIÓN INSTITUCIONAL SOBRE LA FLEXIBILIDAD CURRICULAR EN LA DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS	61
ESTUDIO SOBRE OPINIONES DE PARTICIPANTES EN EL PROGRAMA INSTITUCIONAL DE MOVILIDAD ACADÉMICA INTERNACIONAL: CASO DACEA	71
APOYO A EXPORTACIONES NO PETROLERAS: PROCESO DE FINANCIAMIENTO MEDIANTE LA DEVOLUCION DE IMPUESTOS AL COMERCIO EXTERIOR	79
IMPORTANCIA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA (CYT) EN LA VIDA ACADÉMICA DE LOS ESTUDIANTES	89
EL CINE, UNA HERRAMIENTA DIDÁCTICA CON ENFOQUE AL FORTALECIMIENTO DE LOS VALORES PROFESIONALES EN LA FORMACIÓN DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS	97

LOS ASPECTOS SOCIALES DE LA MIGRACIÓN (UNA POLÍTICA PÚBLICA MIGRATORIA)	107
REFLEXIONES SOBRE LA EDUCACIÓN EN MÉXICO ANTE LA PERSPECTIVA DEL DESARROLLO FINANCIERO	113
PROMOCIONES DEL PRODUCTO HABITACIÓN EN EL ESTADO DE TABASCO	121
FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL SECTOR HOTELERO DEL ESTADO DE TABASCO	129
PERCEPCIÓN Y DISPOSICIÓN DE DOCENTES UNIVERSITARIOS PARA COMPRAR EN EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES	137
AUTLÁN: UN CORPORATIVO ECONÓMICO NACIONAL	147
MOVILIDAD URBANA SOSTENIBLE: UNA RUTA PARA AUMENTAR LA PRODUCTIVIDAD, EQUIDAD Y CALIDAD DE VIDA DE LOS CIUDADANOS DE VILLAHERMOSA, TABASCO	157
MODELOS DE ANÁLISIS REGIONAL: UNA APLICACIÓN AL ESTADO DE TABASCO	167

DIAGNÓSTICO DE FACTIBILIDAD EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL SECTOR GOURMET EN TABASCO DEL QUESO DE PORO

Yhadira Huicab García^{1*}
Raziel Esau Coop Abreu¹
Luis Alfredo Méndez Jiménez¹
Kenia Landero Valenzuela¹

I. RESUMEN

El proyecto de investigación se dirige al sector empresarial de la industria de alimentos, siendo el caso específico, la Red de Queso de Poro Genuino de Balancán, S.P.R. de R.L. de C.V., quienes producen y comercializan un queso denominado “Queso tipo Poro” elaborado de forma artesanal. Actualmente, se comercializa en queserías y tiendas en la Zona Ríos del Estado de Tabasco, en mercados públicos, terminales de camiones, tiendas de artesanías en el municipio de Centro y lugares turísticos del Estado. Tiene como objetivo elaborar un diagnóstico, que permita evaluar la factibilidad de comercializar el queso de poro genuino de Balancán en comercios del sector Gourmet establecidos en el Estado de Tabasco y generar información que sirva para establecer relaciones empresariales entre la asociación y diversos entes que coadyuvan en el entorno competitivo de la industria alimenticia, generar información para determinar si cuentan con la capacidad operativa y económica para la búsqueda de financiamiento.

II. INTRODUCCIÓN

El marketing es el proceso, mediante el cual las compañías crean valor para los clientes y establecen relaciones sólidas para obtener a cambio valor de ellos. Para el estudio del marketing, se sigue un proceso de cinco pasos, en los primeros cuatro pasos, las compañías trabajan para entender a los consumidores, crear valor para el cliente y establecer relaciones sólidas con éste, en el último paso, las compañías obtienen las recompensas derivadas de crear valor superior en el cliente. Al crear valor para los consumidores, las empresas, a su vez, captan el valor de sus clientes en forma de ventas, ingresos y activo a largo plazo (Philip y Armstrong, 2012).

Sin duda alguna, en la actualidad, la innovación es un factor clave para las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs), esto permite obtener ventaja competitiva frente a la competencia. Schumpeter en 1978, define “innovación” como la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con el propósito de incrementar la productividad y obtener una utilidad económica. De modo que, un elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. Arthur Anderson en 1999, en su libro Diccionario de Economía y Negocios, las define como “Una Unidad

Económica de Producción y Decisiones que, mediante la organización y coordinación de una serie de factores (capital y trabajo), persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado”.

Antecedentes

Los quesos artesanales poseen gran aceptación y prestigio, sobre todo en Europa, donde se producen con un sello local, permitiendo la revaloración del territorio y la cultura de la comunidad que los fabrica. Estos quesos fueron los precursores de los industrializados y muchos de ellos son elaborados con leche cruda.

Algunos quesos artesanales mexicanos son tan originales (por su forma, origen de la leche con que se elabora, técnica de fabricación, maduración y propiedades organolépticas) que, en principio, pueden ser aspirantes a lograr una figura de protección jurídico – comercial como una marca colectiva (MC) o una denominación de origen (DO) (Villegas, 2004). Este es el caso del queso de poro de Tabasco, o el queso Chihuahua menonita. De hecho, desde el 2005, ya se reconoce un queso artesanal mexicano con marca colectiva: el Cotija Región de Origen (de la Sierra de Jal-Mich, Jalisco Michoacán) que constituye un punto de referencia para estos productos nacionales (Chombo, 2005).

En el municipio de Balancán, Tabasco, México, desde hace más de 60 años se ha elaborado en forma artesanal el llamado queso de poro. La economía del municipio depende, en su mayor parte, de la actividad ganadera y la producción de leche y sus derivados, la cual se procesa de manera artesanal a partir de leche cruda. De cierta manera, el conocer los canales de distribución del producto, es de vital importancia debido a que permite definir cuál es el mercado meta, ya que permite posicionarse en el mercado a nivel nacional; las diferentes formas de distribuir el producto es realizando la publicidad mediante los principales medios de comunicación como son la radio, la prensa y en el punto de venta.

Así mismo, en el municipio surgieron dos pioneros dedicados a la ganadería: el Sr. Francisco José Abreu García y Ambrosio González Burelo, el primero fue el que fundó la empresa pureza que actualmente ya no existe; el segundo fundó la empresa El Tigre®, quien ahora es reconocido y se ha registrado en la red de quesos de poro de Balancán y que cuentan con un permiso de la Secretaría de Salubridad de enero de 1948. Veinte años después surgió el Sr. Emilio Castro Ferrera, quien fundó la quesería El Bejucal® a esta pequeña empresa se le unieron personas quienes trabajaron en colaboración de la quesería PUREZA®, los cuales son los hermanos Emilio Castro y Fausto Castro, estas pequeñas empresas en los años anteriores transportaban sus productos a Villahermosa, Tabasco por medio de vías de ferrocarriles, barcos y en ocasiones aviones. Dependiendo de los pioneros de las queserías nacen diferentes empresas, como son 4 Hermanos®, San Pedro®, San Marquitos®, San Judas®, Usumacinta®; y entre las cuales surgieron otras que tuvieron poco tiempo en el mercado tales como; cubili®, tambor®.

Para garantizar el futuro de este tipo de productos, y debido a la globalización que pone en riesgo la tradición de elaboración y fácilmente pueden ser reemplazados

por productos procesados o análogos de menor calidad sensorial y nutrimental, es conveniente una protección jurídica y económica, que se logra mediante una indicación geográfica, como una marca colectiva o mejor aún, una denominación de origen. Por este motivo, en el Estado de Tabasco, organizaciones de productores de queso poro se han integrado para la solución de problemas comunes que les permitan la protección de su producto.

Marco Teórico

De acuerdo a investigaciones previas (Vallejo y Fernandez, 2012), se ha demostrado que se cuenta con los elementos suficientes para que este producto ingrese al mercado anteriormente citado, pero su actual empaque y etiqueta no le permite ser competitivo en el aspecto mercadológico, operativo y financiero.

La segmentación de mercado implica dividir el mercado en grupos más pequeños de consumidores con necesidades, características o conductas diferentes, que podrían requerir estrategias o mezclas de marketing específicas, donde el mercado meta consiste en evaluar el atractivo de cada segmento del mercado y elegir uno o más segmentos para ingresar; una vez segmentado el mercado y determinado el mercado meta, la compañía elige una propuesta de valor; es decir, como creará valor para los clientes meta.

El empaque implica el diseño y la producción del contenedor o envoltura de un producto. Por tradición, la función primordial del empaque era contener y proteger el producto; sin embargo, en tiempos más recientes varios factores han convertido al empaque en una importante herramienta de marketing. Con la competencia y el hacinamiento crecientes en los anaqueles de las tiendas minoristas, los empaques ahora deben desempeñar muchas tareas de ventas; desde llamar la atención, hasta describir el producto y venderlo.

III. OBJETIVOS Y METAS

Desarrollar un diagnóstico mercadológico, técnico y financiero, que permita a la Red de productores de queso de poro de Balancán, tomar una decisión sobre la factibilidad de comercializar el queso tipo poro en el sector gourmet del Estado de Tabasco.

Este proyecto se desarrolla por el Cuerpo Académico en formación de la Licenciatura en Administración “Consultoría y desarrollo de estrategias de MiPyMEs” y proporciona a los estudiantes la posibilidad de realizar residencias empresariales, desarrollar tesis y trabajos de investigación.

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

El proyecto se centra en un entorno de trabajo colaborativo/cooperativo, con metodologías para el aprendizaje significativo al realizar un estudio de viabilidad

mercadológica y financiera; y al desarrollar los procesos del método científico, los estudiantes y docentes podrán desarrollar diferentes destrezas y habilidades de acuerdo a las competencias genéricas y específicas de su perfil profesional.

El enfoque de esta investigación es descriptivo, ya que su finalidad es describir el perfil y descripción de puestos, procedimientos de producción de las microempresas que integran la red. El diseño de la investigación es no experimental, debido a que se realizara el estudio en un tiempo determinado con la colaboración de la población y muestreo con aplicaciones de encuestas en las zonas de Villahermosa Tabasco y Palenque, Chiapas.

Se realizaron visitas de campo a las diferentes empresas que integran la Red de Queso de Poro Genuino de Balancán ubicadas en el municipio de Balancán, Emiliano Zapata y Tenosique; así como también se visitarán instituciones gubernamentales como SDET, CANACINTRA Tabasco, Fundación Produce, Secretaría de Economía, entre otros. De igual manera, se desarrollarán manuales de perfil y descripciones de puestos, en donde se homologue la estructura organizacional de las queserías que integran la Red de Productores de Queso de Poro Genuino de Balancán, se capacite al personal para el uso y estandarización de manuales de manejo y mantenimiento del equipo muestreado, así como para el registro de datos en sus formatos correspondientes. Se elaborará una evaluación económica y financiera, mediante el análisis transversal y de series de tiempos, que permita determinar la factibilidad y rentabilidad de comercializar el Queso de Poro en el sector gourmet y se definirá la capacidad de producción de acuerdo a un análisis de la oferta y la demanda, así como la capacidad instalada de las PyMEs que integran la Red de Productores de Queso de Poro Genuino de Balancán.

V. RESULTADOS

Se le proporcionará información a los empresarios que integran la Red de Queso de Poro Genuino de Balancán y con base a los estudios realizados se determinará que cuentan con la capacidad operativa y económica para la búsqueda y amortización del financiamiento, con la finalidad de comercializar y posicionarse en el mercado estatal y nacional, a través de convenios con posibles distribuidores (clientes), proveedores y gobierno, determinar los retails y el ciclo operativo y financiero.

La información que se les proporciona para la toma de decisión es la siguiente: Como parte del diagnóstico mercadológico, se diseñaron dos propuestas de etiquetas del Queso de Poro para posicionarlo en el sector gourmet y conocer la preferencia del consumidor con respecto al logotipo que identifica a este nuevo producto (ver figura 1), la aplicación de encuestas se desarrolla en diversos puntos estratégicos de venta donde la afluencia de las personas con gustos por comida gourmet (Prissa, Superama, Feria Estatal de Tabasco 2015 y Aeropuerto de Palenque Chiapas), como se ilustra en la figura 2, utilizando la estrategia mercadológica activación below the line (BTL).



Diseño de logotipos para producto gourmet



Investigación de mercado

De acuerdo a la encuesta que se aplicó a una muestra aleatoria de 35 personas en cada punto de activación BTL, los consumidores comentaron que la etiqueta de color negro lo percibían como más elegante, el precio que están dispuestos a pagar es hasta \$250 pesos por 300 gramos del queso de poro gourmet, los puntos de venta donde se realizó la activación les gustaría adquirir el producto.

Se realizó un estudio financiero con base a datos de gastos de disponibilidad de activo para la realización de todas las actividades, (ver tabla 1).

Tabla 1 Proyección financiera anual del queso de poro gourmet

Inversión promedio	\$ 450,000 pesos
Inversión fija (gastos de maquinaria y equipo)	\$ 379,871 pesos
Inversión diferida	\$ 25,000 pesos
Venta mensual de una quesería promedio	900 kg de queso de poro
Venta mensual de queso de poro gourmet (que se proyecta vender a partir del tercer mes)	10%
Venta de queso de poro fresco anual	\$ 1, 767,680 pesos
Venta de queso de poro gourmet anual	\$ 315,000 pesos

Fuente: Elaboración propia.

El Valor Presente Neto (VPN) anual es de \$ 44,913, al igual que la Tasa de Interés de Retorno (TIR) anual es de 17.27 % y esto indica que el proyecto es aceptable. Se desarrolló un plan maestro de producción a la Red del Quesos de Poro Genuino de Balancán, en el cual se define la capacidad instalada, distribución de áreas, logística por ciclo productivo y por cada PyMEs, que integra la Red de Queso de Poro genuino de Balancán.

Tabla 2 Plan maestro de producción final de la red de queso de poro genuino de Balancán

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INVENTARIO	6803.00	813.00	1929.33	3045.67	1862.00	1038.33	105.33	1249.00	1452.67	1696.33	240.00	1997.33
PRONÓSTICO	5990.00	5701.00	5701.00	8001.00	7641.00	7961.00	7961.00	7021.00	7061.00	4881.00	5060.00	5260.00
PEDIDOS	3398.00	2562.00	2561.00	4702.00	4488.00	4492.00	4492.00	4352.00	4352.00	2426.00	3262.00	3352.00
INVENTARIO	813.00	1929.33	3045.67	1862.00	1038.33	105.33	1249.00	1452.67	1696.33	240.00	1997.33	3554.67
MP\$	0.00	6817.33	6817.33	6817.33	6817.33	6817.33	6817.33	6817.33	6817.33	6817.33	6817.33	6817.33

Fuente: Elaboración propia.

Se estableció un convenio con la Red de Productores de Queso de Poro genuino de Balancán, para establecer los lineamientos del trabajo de colaboración entre los integrantes de la Línea de Investigación SRI-LGAC-01-15 denominada “Consultoría y desarrollo de estrategias en MiPyMEs” y los microempresarios que integran la Red de Queso de Poro Genuino de Balancán. Por lo anterior, el día 27 de Mayo del año 2016, se realizó la entrega formal de los resultados del proyecto de investigación y las tesis generadas al Presidente de la Red. En la reunión se presentaron los resultados e impactos en la solución a un problema relacionado con el sector productivo y la generación del conocimiento científico o tecnológico.

VI. CONCLUSIÓN

A continuación, se menciona los impactos del resultado de la investigación

Impacto económico

El proyecto representa una fuente de información importante que les permitirá prevenir situaciones de riesgo y tomar decisiones basadas en la información recopilada sobre la percepción del mercado meta y distribuidores retail, así como evaluar la factibilidad de comercializar el queso de poro en el sector gourmet y estandarizar el proceso de producción y determinar la capacidad de producción a comercializar. Al suministrar datos de interés a los productores, industriales y comerciantes podrán implementar acciones para prevenir y contrarrestar las prácticas tradicionales que propician la incertidumbre en los días de anaquel y la variabilidad en el proceso de producción, así como el uso del producto con respecto al envase actual (parafina).

Impacto social

Al posicionar el queso de poro en el sector gourmet, se incrementará la producción y esto con lleva generación de empleos y reactivación de la economía en la región, así como mejorar la imagen de un producto tradicional.

Impacto ambiental

Previene situaciones de riesgo a la salud al manejar un empaque biodegradable que permita ampliar los días de anaquel.

Tecnológicos o científicos

Se brinda asesoría técnica y financiera para gestionar recursos ante instancias

gubernamentales para mejorar aspectos de estandarización del proceso de producción, determinación de la capacidad técnica de producción y homologación de los perfiles y descripciones de puestos de las MiPyMES que integran la Red de Productores de Queso de Poro Genuino de Balancán.

VII. REFERENCIAS

BACA Urbina, G. (2013 (Hernandez, Fernandez, & Baptista , 2010)). *Evaluación de Proyectos* (Séptima ed.). México: Mc Graw Hill.

CHOMBO, M. (2005). *Experiencia de un encuentro inesperado. La apropiación propuesta tecnológica para la producción artesanal con certificación de origen y calidad del Queso Cotija*. En: Barragán Gente de Campo. Patrimonios y dinámicas en México. Zamora: Colegio de Michoacán.

HERNANDEZ Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). México: Mc Graw Hill.

KOTLER, P., y Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson.

KOTLER, P., y Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson.

VALLEJO Cordova, B., y Fernandez Gonzalez, A. (24 de Septiembre de 2012). *Estudian el nivel molecular del queso de poro de Balancán*. Diario Presente, p. 11.

VILLEGAS, G. (2004). *Tecnología quesera*. México: Trillas.

SATISFACCIÓN LABORAL EN DESPACHOS CONTABLES DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

William Baldemar López Rodríguez*¹
Gladys Elena Mateos Gutiérrez²
Eyra Manuela González Gutiérrez³

I. RESUMEN

Se presentan los resultados obtenidos de la revisión bibliográfica de artículos científicos relacionados con la satisfacción laboral publicados en la última década. A fin de poder realizar un análisis sobre la conceptualización de la satisfacción laboral, los constructos y factores asociados e instrumento más común para su medición en la praxis e identificar las principales causas de insatisfacción laboral, para generar conocimientos útiles para mejorar la productividad organizacional. La literatura revisada señala que existen cinco componentes principales de la satisfacción de trabajo: actitud hacia el grupo de trabajo, condiciones generales de trabajo, actitud hacia la compañía, beneficios monetarios, actitud hacia la supervisión, aunque algunos autores señalan una más que es el estado de ánimo del individuo o en relación al trabajo mismo y sobre la vida en general. La salud, edad, nivel de aspiración, estatus social y actividades políticas y sociales del individuo pueden contribuir todos a la satisfacción de trabajo.

Palabras clave: Satisfacción laboral. Productividad. Insatisfacción laboral.

II. INTRODUCCIÓN

El capital humano constituye el elemento más valioso para todas las empresas, sin importar su giro, tamaño, ni su actividad económica, es por ello que la satisfacción laboral es un tema de mucha importancia ya que está relacionado con la productividad, un empleado que está satisfecho en todos los sentidos con su trabajo es más productivo, tiene mejor desempeño y se relaciona mejor con sus compañeros de trabajo y clientes, se reduce el ausentismo laboral, disminuyen los permisos para hacer diligencias personales dentro del horario de trabajo, mejora su puntualidad al inicio de su jornada laboral, mejora su rendimiento, su actitud hacia las actividades que debe realizar es más positiva, así como las actividades realizadas en equipo tienen mejores resultados, también se reducen las renunciaciones laborales, evitando así la rotación de empleados, la contratación de nuevo personal, la capacitación, adiestramiento e inducción.

* willbaldemar@gmail.com

¹ Profesor investigador, DACEA, UJAT.

² Profesora investigadora, DACEA, UJAT.

³ Estudiante de la licenciatura en Contaduría Pública, DACEA, UJAT

III. OBJETIVOS Y METAS

3.1. *Objetivo general*

Analizar los factores que influyen en la satisfacción laboral, así como las principales causas de insatisfacción laboral a través de la revisión bibliográfica de artículos científicos.

3.2. *Objetivos específicos*

- Identificar las principales definiciones y conceptualización de la satisfacción laboral.
- Identificar los principales constructos y factores que influyen en la satisfacción laboral.
- Identificar el instrumento más común para la medición de la satisfacción laboral.

IV. MATERIALES Y METODOS

Se utilizó el método cualitativo con un alcance exploratorio, se realizó una búsqueda, selección y análisis de los artículos científicos realizados sobre satisfacción laboral publicados entre los últimos años. En diferentes sitios a través de una búsqueda en los índices: Google académico, Scielo, Redalyc, Ebsco y Emerald, con las palabras clave de satisfacción laboral e insatisfacción laboral.

V. RESULTADOS

La satisfacción laboral está relacionada directamente con la salud, un empleado insatisfecho con su trabajo se estresa más, se enferma con mayor frecuencia afectando su calidad de vida, además la insatisfacción causa depresión y baja autoestima y su desempeño dentro de las actividades laborales, además de que aumenta el ausentismo. La satisfacción laboral está relacionada con muchos componentes de las organizaciones, tales como el comportamiento organizacional, el estrés del rol, trabajos en equipo, grupos, liderazgo pero también en el ámbito personal de cada trabajador en aspectos tales como la satisfacción familiar, y el éxito personal y los factores relacionados con ellos.

El interés actual por la gestión de la satisfacción laboral está alimentado por dos factores: el deseo de corregir la gestión empresarial del último periodo, enfocada unilateralmente a eficacia y flexibilidad, y querer responder a la nueva demanda del mercado laboral (Martínez, 2007).

Las investigaciones centradas en la evaluación sobre la satisfacción laboral han aumentado en los últimos años, debido a su influencia directa sobre el rendimiento y la calidad del servicio (Anaya & Suárez, 2004).

A continuación, se muestran las diferentes definiciones que existen sobre la satisfacción laboral.

AUTOR(ES)	CONCEPTO	FUENTE
Luz Amaro Suárez Rigoberto González Tápanes Felipe Pérez León	Luz Amaro Suárez Rigoberto González Tápanes Felipe Pérez León	Diagnóstico de Clima Organizacional y satisfacción laboral en instalaciones hoteleras, Retos Turísticos, Vol. 14 No. 1, 2015.
Carlos Anibal Manosalvas vaca Luis Oswaldo Manosalvas Vaca Jorge Nieves Quintero	Carlos Anibal Manosalvas vaca Luis Oswaldo Manosalvas Vaca Jorge Nieves Quintero	El clima organizacional y la satisfacción laboral: un análisis cuantitativo riguroso de su relación 2015.
Bernardino Javier Sánchez-Alcaraz Martínez Alberto Gómez Mármol María Concepción Parra Meroño Juan Antonio García Montiel	Bernardino Javier Sánchez-Alcaraz Martínez Alberto Gómez Mármol María Concepción Parra Meroño Juan Antonio García Montiel	Análisis de la satisfacción laboral de técnicos deportivos de pádel y natación. Apuntes. Educación Física y Deportes 2014, n.º 117, 3.er trimestre (julio-septiembre), pp. 77-83 ISSN-1577-4015.
Pilar Alonso Martín	Pilar Alonso Martín	Estudio comparativo de la satisfacción laboral en el personal de administración Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones – 2008 Volumen 24, n.º 1 - Págs. 25-40. ISSN: 1576-5962.
María Eugenia Parada Reyla Moreno B. Zurayma Mejías Andreína Rivas Fernando Rivas Jorge Cerrada	La satisfacción laboral, entendida como un estado emocional positivo o placentero de la percepción subjetiva de las experiencias laborales del sujeto tiene relación con las expectativas de poner en juego las habilidades personales con el puesto de trabajo.	Satisfacción laboral y síndrome de burnout en el personal de enfermería del Instituto Autónomo. Hospital Universitario Los Andes (IAHULA), Mérida, Venezuela, 2005 Revista Facultad Nacional de Salud Pública Vol. 23 No. 1.

PERSPECTIVAS CIENTÍFICAS EN ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

Maria Carmen Sánchez Sello Pedro Sánchez Sello María Montserrat Cruz González Francisco Javier Sánchez Sello	La satisfacción laboral es un concepto que depende de condiciones personales, de la organización y del entorno. Es a través del tiempo como se comprenden mejor los factores que le afectan.	Características organizacionales de la satisfacción laboral en España, Revista de Administración de Empresas, vol. 54, núm. 5, septiembre-octubre, 2014, pp. 537-547 Fundación Getulio Vargas São Paulo, Brasil.
Martina García Ramos María Elena Luján López María de los Ángeles Martínez Corona	La satisfacción es la sensación que un individuo experimenta al lograr el equilibrio entre una necesidad o grupo de necesidades y el objeto o los fines que la reducen, es decir, la actitud del trabajador frente a su propio trabajo. Dicha actitud está basada en las creencias y valores que él mismo desarrolla en su propio ambiente laboral y que son determinados por las características actuales del puesto como por las percepciones que tiene el trabajador de lo que debería ser. Satisfacción laboral.	Satisfacción laboral del personal de salud Rev Enferm Inst Mex Seguro Soc 2007; 15 (2): 63-72.
Rodrigo Yañez Gallardo Mallén Arenas Carmona Miguel Ripoll Novales	La satisfacción laboral, es decir, el estado emocional positivo que surge de la evaluación de la experiencia laboral de una persona (Locke 1976, citado por Luthans, 2008), Luthans, F. (2008). Comportamiento Organizacional. México: McGraw-Hill.	El impacto de las relaciones interpersonales en la satisfacción laboral general Liberabit. Revista de Psicología, vol. 16, núm. 2, 2010, pp. 193-201 Universidad de San Martín de Porres Lima, Perú.
Alicia Omar Laura Paris	La satisfacción laboral es el resultado de una evaluación cognitiva mediante la cual el sujeto compara su realidad cotidiana con un estándar ideal construido a lo largo del tiempo. Si el resultado de tal comparación es positivo, el sujeto experimentará una sensación de bienestar y satisfacción.	Predictores de satisfacción laboral en médicos y enfermeros, Estudios de Psicología 2008, 13(3), 233-244.

Alejandro Cuadra Peralta Constanza Veloso Besio	Según Peiró (2000), la satisfacción laboral (o satisfacción con el trabajo) se trata de la actitud relacionada con el trabajo que más atención ha recibido por parte de la investigación. Aunque el estudio sistemático de su naturaleza y sus causas comienzan recién en la década de los treinta, algunos autores ya habían estudiado diversas actitudes de los empleados frente a diferentes aspectos del trabajo. Por ejemplo, el problema de la reducción de la fatiga fue uno de los primeros en tratarse. Peiró, J.M. (2000).	Liderazgo, Clima Y Satisfacción Laboral En Las Organizaciones Universum. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales, vol. 2, núm. 22, 2007, pp. 43-58 Universidad de Talca Talca, Chile.
Jesús F. Salgado Carlos Remeseiro Mar Iglesias	La satisfacción laboral, por su parte, es una respuesta emocional positiva al puesto y que resulta de la evaluación de si el puesto cumple o permite cumplir los valores laborales del individuo (Locke, 1976, 1984).	Clima organizacional y satisfacción Laboral en una pyme Psicothema, 1996. Vol. 8, n° 2, pp. 329-335 ISSN 0214 - 9915 CODEN PSOTEG.
Juan Manuel Herrera Caballero Irene Sánchez Guevara	Dado que la satisfacción laboral es el resultado de diversas actitudes que poseen los empleados (Robbins, 1996, p. 42),	Satisfacción laboral en trabajadores del ipn. Un análisis estructural Ra Ximhai, vol. 8, núm. 2, mayo-agosto, 2012, pp. 217-232 Universidad Autónoma Indígena de México El Fuerte, México.
Isabel Cantón Mayo Sonia Téllez Martínez	La satisfacción es “la valoración cognitiva personal que realiza la persona de la vida y de los dominios de la misma, atendiendo a la calidad de vida, a las expectativas y aspiraciones, a los objetivos conseguidos, basada en los propios criterios de la persona y que se realiza de forma favorable”.Carrión, A.; Molero, R. y González, F. (2000).	La satisfacción laboral y profesional de los profesores Revista Lasallista de Investigación, vol. 13, núm. 1, 2016, pp. 214-226 Corporación Universitaria Lasallista Antioquia, Colombia.

Por otra parte, la insatisfacción laboral estaría asociada a los factores extrínsecos del trabajo, de modo que su ausencia o pobre presencia, por ejemplo, el creer estar injustamente recompensado, causaría insatisfacción. Su mejoramiento, aumento de sueldo, eliminaría la insatisfacción, pero no causaría satisfacción laboral. De modo que éstos funcionan como una vacuna que evita que la persona enferme, pero no mejora su salud. Lo importante de esta idea es que para motivar al individuo, se recomienda poner de relieve el logro, el reconocimiento, el trabajo en sí, la responsabilidad y el crecimiento, y se debe cuidar también de los factores extrínsecos (Vargas, 2004).

El estudio de la satisfacción permite a los directivos de las organizaciones laborales conocer los resultados que causan las políticas, normas, procedimientos y disposiciones generales de la estructura en el personal y manejar estos resultados a favor de la organización logrando un mayor involucramiento y rendimiento del trabajador en las tareas que se le asignan (Amaro, González, & Pérez, 2015).

El bienestar, y más específicamente, la satisfacción son conceptos importantes porque resumen la calidad de vida de un individuo y porque están relacionados estrechamente con otras variables como autoestima, depresión, lugar de control (locus of control), aspecto ya comprobado empíricamente en los primeros estudios (Sanchez-López & Díaz-Morales, 1998).

Además, la satisfacción del trabajador ocupa un lugar preferente, ya que la percepción negativa o positiva de los trabajadores influye en la relación que estos adopten con la organización y el nivel de compromiso y productividad que esta tenga (Hinojosa, 2010).

Debido a que los gerentes de personal a menudo se ocupan de la satisfacción de trabajo, o de las actitudes generales hacia el trabajo de los empleados. Los cinco componentes principales de la satisfacción de trabajo:

1. Actitud hacia el grupo de trabajo.
2. Condiciones generales de trabajo.
3. Actitud hacia la compañía.
4. Beneficios monetarios.
5. Actitud hacia la supervisión.

Otros componentes que deben añadirse a los cinco anteriores son el estado de ánimo del individuo o en relación al trabajo mismo y sobre la vida en general. La salud, edad, nivel de aspiración, estatus social y actividades políticas y sociales del individuo pueden contribuir todos a la satisfacción de trabajo. La actitud de una persona hacia el trabajo puede ser positiva o negativa.

Además, desde el punto de vista de la psicología, el trabajo proporciona salud física y mental, entretenimiento, prestigio, contactos sociales y es una fuente de realización personal (Gamero, 2003). Por lo cual si un empleado no está satisfecho

con su trabajo reduce su productividad. Se ha observado que la insatisfacción laboral se asocia de forma importante a trastornos mentales comunes (Quintero, Biela, Barrera, & Campo, 2007). Es por ello que la satisfacción laboral es tan importante para la empresa y para los empleados.

A continuación, se presentan los principales componentes estudiados que influyen en la satisfacción laboral.

ARTÍCULO	AUTORES	COMPONENTES	CONCLUSIONES
El impacto de las relaciones interpersonales en la satisfacción laboral General	Rodrigo Yañez Gallardo Mallén Arenas Carmona Miguel Ripoll Novales	Relaciones interpersonales y satisfacción laboral	Puede ser más factible de implementar y ser eficaces realizar intervenciones en el plano de las relaciones interpersonales en las organizaciones para mejorar los niveles de SLG de los Trabajadores.
Liderazgo, clima y satisfacción laboral en las organizaciones	Alejandro Cuadra Peralta Constanza Veloso Besio	Liderazgo, clima organizacional y satisfacción laboral	Se puede establecer que, liderazgo ejerce una influencia positiva y significativa en variables como satisfacción y clima laboral.
La satisfacción laboral y profesional de los profesores	Isabel Cantón Mayo Sonia Téllez Martínez	La satisfacción laboral, satisfacción profesional	Por sectores, los más satisfechos son los profesores de Infantil y Primaria, les siguen los de Universidad, y los menos satisfechos son los de educación secundaria.
Satisfacción laboral del personal de salud	Martina García Ramos María Elena Luján López María de los Ángeles Martínez Corona	Satisfacción laboral	El nivel de satisfacción como indicador de calidad laboral requiere intervenciones para impulsar el desarrollo organizacional con impacto en la atención al usuario. Considerando que los prestadores de servicios de salud se encuentran algo y bastante satisfechos, inclinándose la balanza hacia la satisfacción intrínseca, es recomendable la implementación de estrategias que refuercen la formación de valores intrínsecos.

PERSPECTIVAS CIENTÍFICAS EN ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

El clima organizacional y la satisfacción laboral: un análisis cuantitativo riguroso de su relación	Carlos Anibal Manosalvas Vaca Luis Oswaldo Manosalvas Vaca Jorge Nieves Quintero	Clima organizacional y satisfacción laboral	La investigación realizada nos demostró que existe una correlación estadística significativa entre los constructos clima organizacional y satisfacción laboral; es decir, que si el nivel percibido del clima organizacional es alto, la actitud de la satisfacción laboral también se manifiesta en estas proporciones en cada una de sus dimensiones.
Estudio comparativo de la satisfacción laboral en el personal de administración	Pilar Alonso Martín	Satisfacción laboral	Los mayores niveles de satisfacción se alcanzan en relación a algunas características del puesto como: la relación con los compañeros, el trato con los subordinados y el tipo de salario.
Predictores de satisfacción laboral en médicos y enfermeros	Laura Paris Alicia Omar	Satisfacción laboral	Los predictores de la satisfacción laboral entre los profesionales de salud: la intención de permanecer en el puesto del trabajo, el afrontamiento a resolución de problemas, la satisfacción con la vida y algunas dimensiones de bienestar.
Satisfacción laboral en trabajadores del IPN Un análisis estructural	Juan Manuel Herrera Caballero Irene Sánchez Guevara	Satisfacción laboral Y Compromiso organizacional	Conforme aumente la satisfacción laboral aumentará el compromiso organizacional, comprobando así que existe relación entre la satisfacción laboral y el compromiso organizacional.
Características organizacionales de la satisfacción laboral en España	María Carmen Sánchez Sellero Pedro Sánchez Sellero María Montserrat Cruz González Francisco Javier Sánchez Sellero	Satisfacción laboral y características organizacionales	Entre características personales y organizacionales, son los factores organizacionales los que ejercen mayor influencia en la satisfacción laboral.

Análisis de la satisfacción laboral de técnicos deportivos de pádel y natación	Bernardino Javier Sánchez Alcaraz Martínez Alberto Gómez Mármol María Concepción Parra Meroño Juan Antonio García Montiel	Satisfacción laboral	Los perfiles de mayor satisfacción laboral en mujeres, con contrato fijo, que trabajan medio terrestre (pádel), con una jornada laboral reducida y poca antigüedad en la empresa. Por el contrario, el perfil de menor satisfacción laboral corresponde a hombres, con contrato temporal, que trabajan en el medio acuático (natación) con una jornada laboral completa y mayor antigüedad en la empresa.
Relaciones entre satisfacción familiar y laboral: Variables moduladoras	M ^a Pilar Sánchez López M ^a Ángeles Quiroga Estévez	Satisfacción laboral y satisfacción familiar.	A medida que se avanza en el ciclo vital y familiar se van progresivamente separando los dos mundos (familia y trabajo) o, al menos, la satisfacción en cada uno de ellos se hace progresivamente más independiente.
Clima organizacional y satisfacción laboral en una PYME	Jesús F. Salgado Carlos Remeseiro Mar Iglesias	Clima organizacional y satisfacción laboral	Satisfacción y clima son dos variables diferentes y que solo se relacionan en un aspecto concreto: la percepción de las relaciones interpersonales. Por extensión del hallazgo anterior, podría darse la aparente paradoja de que una empresa presentase un clima organizacional positivo y, al propio tiempo, una buena parte de sus empleados manifestase un cierto grado de insatisfacción laboral.

PERSPECTIVAS CIENTÍFICAS EN ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

Diagnóstico de Clima Organizacional y satisfacción laboral en instalaciones hoteleras	Luz Amaro Suárez Rigoberto González Tápanes Felipe Pérez León	Clima organizacional y satisfacción laboral	En esta investigación se considera que la motivación tiene una relación estrecha con el clima laboral de las áreas que se estudian, animación y ama de llaves de los dos hoteles, debiendo tenerse en cuenta dos aspectos fundamentales en este estudio, por una parte la motivación del trabajador por la labor que realiza en su conjunto (profesión) y la motivación por la obtención de reconocimiento, beneficios materiales, relación con sus compañeros, y la relación con los directivos.
Satisfacción laboral y síndrome de burnout en el personal de enfermería del Instituto Autónomo Hospital Universitario Los Andes (IAHULA), Mérida, Venezuela, 2005	María Eugenia Parada Reyla Moreno Zurayma Mejías Andreína Rivas Fernando Rivas Jorge Cerrada Fernando Rivas	Satisfacción laboral y el síndrome de Burnout	Se encontraron niveles moderados de insatisfacción laboral debidos principalmente a factores intrínsecos al trabajo y que inciden en la falta de reconocimiento a su labor e inadecuados niveles de promoción y ascenso, a pesar de ser una profesión con alta responsabilidad. Esta satisfacción intrínseca posee la mayor fuerza en la correlación con las dimensiones del burnout

VI. CONCLUSIONES

La satisfacción laboral es la aptitud del trabajador frente a su propio trabajo, dicha actitud está basada en las creencias y valores que el trabajador desarrolla en su propio trabajo, así como las relaciones que se presentan entre estos factores. Es importante el análisis a través de una revisión bibliográfica de artículos científicos, ya que esto permite identificar los factores que determinan la satisfacción laboral en los empleados y contribuir a la mejora en la productividad tanto de empleados como de empresas, de una manera actualizada.

VIII. REFERENCIAS

AMARO, L., González, R., & Pérez, F. (2015). «Diagnóstico de Clima Organizacional y satisfacción laboral en instalaciones hoteleras». *Revista Cubana de Investigaciones Turísticas*, 2-10.

ANAYA, D., & Suárez, J. (2004). «La escala de satisfacción laboral-versión para orientadores (ESL-VO) como recurso para la evaluación de la satisfacción laboral». *Revista de Investigación Educativa*, 519-534.

GAMERO, C. (2003). *Análisis Económico de la Satisfacción Laboral* (Tesis doctoral). España: Universidad de Malaga.

HINOJOSA, C. (2010). *Clima organizacional y satisfacción laboral de profesores del colegio sagrados corazones padres franceses* (Tesis doctoral). Chile: Universidad de Playa Ancha.

MARTÍNEZ, N. (2007). *Recursos humanos y management empresarial. El caso de la satisfacción laboral*. Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales, 75-101.

QUINTERO, L., Biela, R., Barrera, A., & Campo, A. (2007). «Análisis factorial exploratorio de la escala de satisfacción laboral en empleados de un hospital psiquiátrico de Bucaramanga, Colombia». *Revista de la Facultad de Medicina*, 24-30.

SÁNCHEZ, M. d., & Quiroga, M. d. (1995). *Relaciones entre satisfacciones familiar y laboral: Variables moduladoras*. *Anales de psicología*, 68-75.

SANCHEZ-LÓPEZ, M., & Díaz-Morales, J. (1998). «Relaciones entre estilo de vida y satisfacción vital». *Revista de Psicología de la PCUP*, 103-121.

VELOSO Besio, Constanza, Cuadra Peralta, Alejandro. *Liderazgo, clima y satisfacción laboral en las organizaciones*, Universum. *Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*.

VARGAS, J. (2004). «Autoactualización gerencial, satisfacción laboral y productividad: un estudio correlacional en empresas del Bajío». *Revista de Investigación de la Universidad de La Salle Bajío*, 150-172.

LA INMIGRACIÓN JUDÍA Y SU INFLUENCIA EN LA ECONOMÍA MEXICANA

Luis Manuel Hernández Govea*
Ana Bertha Vidal Focil¹
Carlos Edgar López Martínez¹

I. RESUMEN

Desde la conquista hasta el movimiento de independencia, ocurrieron importantes flujos migratorios hacia los territorios de la nueva España, la población mexicana tiene una composición social multiétnica basada principalmente en los grupos indígenas, pero también es de reconocer la aportación de otras nacionalidades. Los judíos que inmigraron a México, se han caracterizado por su activa participación en la economía, la política, la ciencia y el arte nacional, siempre observando y guardando las características culturales particulares judías y adoptando la identidad mexicana para su desarrollo social.

El esquema judío de la ayuda mutua, permitió orientar las actividades económicas de las primeras comunidades judías en México; forjando con ello riquezas y solidas entidades económicas que han apoyado al crecimiento económico nacional.

La trascendencia de los primeros inmigrantes judíos, existe hasta nuestros días destacando en los diversos ámbitos del país, pero sobre todo en el ámbito empresarial mexicano las principales firmas de origen judío, se pretende crear un análisis sobre la impacto social de los flujos migratorios a México y el impacto de la organizaciones de origen judío en la economía nacional.

II. INTRODUCCIÓN

El establecimiento de comunidades extranjeras en México ha marcado sin duda la dinámica social y económica del país, la migración como un fenómeno social exige un detenido estudio que atienda la movilidad humana, y de respuestas a las problemáticas que trae consigo, la inmigración a la nación mexicana comenzó en siglo XIX; sin embargo, desde la conquista hasta el movimiento de independencia, ocurrieron importantes flujos migratorios hacia los territorios de la nueva España, la población mexicana tiene una composición social multiétnica basada principalmente en los grupos indígenas, pero también es de reconocer la aportación de otras nacionalidades en el mosaico social mexicano; la llegada de franceses, judíos, amish y gitanos por citar algunos grupos extranjeros requirió la adaptación e integración a los procesos económicos y sociales de México. Los judíos en particular han hecho presencia notable en vida económica de la nación, desde su internamiento en el territorio nacional han demostrado su gran espíritu emprendedor aportando su capacidad para las negociaciones. El presente trabajo

recoge información documental que permite hacer un análisis de la influencia de las comunidades judías en el contexto económico nacional.

III. OBJETIVOS Y METAS

Formular un marco teórico conceptual sobre la influencia de la comunidad judía en la dinámica económica y social de México.

- a) Identificar el proceso histórico de la migración judía en México.
- b) Conocer las principales entidades económicas de origen judío en México.

Metas

Difundir los resultados de investigación ante la comunidad académica y científica, a través del presente capítulo en parte de la información obtenida en una estancia en Israel.

IV. MATERIALES Y METODOS

Los métodos que se utilizaron fueron el método histórico-crítico, el método analítico con un enfoque dinámico y el método comparativo. Se utilizaron los enfoques: nacional de origen histórico, anunciamiento de las organizaciones. El enfoque nacional se considera como un factor importante en las prácticas económicas y políticas de los empresarios judeo-mexicanos. El segundo da mayor peso al origen histórico y a las condiciones de surgimiento para establecer la configuración definitiva, las prácticas económicas y políticas predominantes y el patrón de desarrollo de las organizaciones judías en el país. El tercer enfoque de las estrategias sociales y organizacionales de la comunidad judía migrante a México, observando y analizando la estructura organizativa de las asociaciones proteccionistas surgidas por este grupo social para su inclusión en la dinámica social, su tendencia a adoptar estructuras de administración occidentales. Se establece el método comparativo para tener en cuenta aquellas situaciones en que las características comunes de las empresas de origen judío sobresalientes impactan en el quehacer económico del país.

V. RESULTADOS

La inmigración judía en México

El judaísmo es una religión con más de cuatro milenios de existencia, y es el punto de convergencia que enlaza la cultura, tradiciones, las leyes y el estilo de vida del pueblo hebreo. Con base en un informe publicado en diciembre de 2015 por The Jewish People Policy Institute (JPPI, 2015), la demografía judía es de alrededor de 15 millones de judíos en el mundo de los cuales la mayor población se concentra en Israel con cerca de 6.1 millón de judíos y una cifra cercana a los 6 millones que viven en los Estados Unidos de América.

Con referencia a los registros de comunidades judías en Latinoamérica, del Congreso Judío Latinoamericano (CJL, 2016) se estima cerca de medio millón la población de judíos, de los cuales 53,100 viven en territorio mexicano así México sería la tercera nación latina en cantidad de población judía solo detrás de Argentina y Brasil que concentran más de la mitad de este grupo poblacional.

Desde su llegada iniciaron a surgir las primeras organizaciones judías en México, inicialmente las religiosas de judíos sefarditas (judíos ligados a la cultura hispánica especialmente llegados de la península ibérica) y árabes (principalmente del Líbano), así en los inicios de del siglo XX este grupo migrante se articuló a través de la fundación de la Alianza Monte Sinaí, mas tarde erigieron su propio cementerio y Talmud Tora para la enseñanza religiosa de los descendientes nacidos en tierras aztecas. Los movimientos xenofóbicos y la intolerancia religiosa en Europa central y oriental fueron las principales causas del aumento de la inmigración de judíos ashkenazi a México, surgiendo con ello la necesidad de reorganizarse para atender las problemáticas de este grupo.

Antecedentes de las organizaciones judías en México

Las necesidades de la comunidad judía en México, orillaron a la creación de estructuras de ayuda y desarrollo para los recién llegados a territorio nacional, proporcionándole ayuda para la localización de espacios para vivienda y auxilio legal migratorio.

El esquema judío de la ayuda mutua, permitió orientar las actividades económicas de las primeras comunidades judías en México, forjando con ello riquezas y sólidas entidades económicas que han apoyado al crecimiento económico nacional, la mayoría de los judíos que inmigraron al país se ocupaban en el comercio y empezaron a entablar relaciones afectivas con el resto de la población local, las cuales permitieron adaptarse e integrarse a la dinámica económica y social del país, que condescendió que los inmigrantes judíos recién llegados se incorporaran rápidamente a la fuerza laboral; ésta ayuda no solo se enfocaban a la integración social, sino también participar en el comercio establecido, y transitar del comercio a la industria.

Para hacer posible lo anterior, la comunidad judía creó cajas de préstamos para cada sector económico, otorgando microcréditos a los empresarios judíos a bajos réditos; esta forma de financiamiento, desde 1927 brindó oportunidades de acceso a créditos que impulsaron el comercio gracias a industriales israelitas.

Debido a que en los inicios de la inmigración judía a México, había ciertas restricciones del gobierno federal que limitaban la ocupación extranjera en determinadas actividades económicas, el comercio era la oportunidad para desarrollarse ya que había una falta considerable de intermediarios entre el mercado industrial y los consumidores finales, por lo cual propició la creación de diversos tipos de comercios de venta al menudeo y la venta en abonos, que más adelante lograron conseguir capitalizarse y fundar otro tipos de tiendas o industrias.

Por tanto, los empresarios judíos, requirieron organizarse y fundar un organismo, capaz de defender y ayudar al comerciante israelita, otorgándole protección jurídica, consultorías y representantes que pudieran llevar la voz del empresariado judeo-mexicano ante las instituciones de gobierno, bajo este panorama se creó la Cámara Israelita de la Industria y el Comercio.

La principal función de la cámara fue la de ser un agente de enlace con otras instituciones no judías establecidas en territorio nacional, además de contribuir a los esfuerzos gubernamentales de aquel entonces en pro de la alfabetización, además integró el comité israelita pro redención de la economía nacional.

Las principales empresas judías en México

La trascendencia de los primeros inmigrantes judíos, existe hasta nuestros días destacando en los diversos ámbitos del país, en el ámbito empresarial mexicano las principales firmas de origen judío.

Consortio COMEX

COMEX es sin duda la estrella de las firmas mexicanas de origen judío, es una empresa dedicada a la fabricación, distribución y comercialización de pinturas especializadas e industriales, en México la marca emplea a cerca de cuatro mil empleados en sus diversos centros de producción además de dieciséis mil colaboradores indirectos que son empleados de las más de tres mil tiendas concesionadas en toda la república mexicana, representando el 70% de las ventas anuales, el nombre de esta compañía judeo-mexicana se hace presente no solo en territorio nacional, si no que permanece muy posicionada en Canadá, Estados Unidos, Centro y Sudamérica, así como en China y Japón.

Esta empresa fue fundada por la familia Achar, inmigrantes judíos sirios que llegaron a México en el año de 1904, quienes han dirigido desde sus inicios a esta firma orgullosamente de origen mexicano, actualmente los Achar se cuentan dentro de las familias más influyentes en el ámbito empresarial mexicano, es loable señalar la labor filantrópica que realizan los Achar, participando en más de 100 causas, particularmente vinculadas a la promoción del empleo y de la vivienda, así como la fundación Pro-empleo Productivo, que tiene la finalidad de apoyar empresarios PYMES para su crecimiento.

La importancia de Comex en la economía nacional, se sustenta en la generación de fuentes de empleos formales en su mayoría a través de los concesionarios, así también la empresa con su sistema de concesiones permite que otros emprendedores se beneficien del prestigio y solides de la marca, para iniciar sus unidades económicas.

Actualmente, el mercado de las pinturas y tintes en México, se valúa en 28, 500 millones de pesos posicionando al país como la segunda nación latinoamericana con mayor consumo de estos productos.

COMEX	Ventas en 2015	Ventas Directas	Ventas concesionadas	Participación en el mercado
	13,900 mdp(*)	4,170 mdp	9,730 mdp	51.70%

Participación de Comex en el mercado mexicano

Banca MIFEL

Banca Mifel S.A. es una entidad financiera fundada en 1993, por Mike Feldman filántropo mexicano de origen judío, fundador de Financiera Promoción y Fomento Mifel.

Mifel es la primera institución en obtener una nueva concesión bancaria tras la privatización de la Banca en México de 1982 y en menos de una década abrió filiales en banca, arrendamiento, factoraje y operación de sociedades de inversión. Mifel es un grupo financiero integrado por Sofom Mifel, Operadora de Sociedades de Inversión y Banco que tiene 47 sucursales tradicionales así como 18 módulos bancarios en la República Mexicana.

Banca MIFEL	Total de Activos	Captación y Crédito	Tesorería y Banca de Inversión	Sofom	Operadora	Otros
	41,786 mdp	24,330 mdp	6,936 mdp	2,196 mdp	2 mdp	8,281 mdp

Información financiera al 2015 de Grupo Financiero Mifel

El fortalecimiento del capital de la empresa logro colocar 150 millones de dólares en mercados internacionales en 2015, dando continuidad al programa de capitalización y fortalecimiento de esta compañía.

Mifel ha destacado frente a otras empresas financieras mexicanas, por su sostenido apoyo a las pequeñas y medianas empresas, otorgando créditos a las mismas para que las pymes aumenten su presencia en los mercados internacionales, haciendo que los pequeños y medianos empresarios mexicanos puedan ser competitivos en el plano del comercio exterior.

De acuerdo a datos de la Secretaria de Economía, el 25% de las PyMEs mexicanas exportan, Mifel en su primera etapa otorgo créditos por cerca de 170 millones de pesos, para apoyar al empresariado exportador, haciendo de esta financiera como la pionera en la banca mexicana en apoyar este tema tan importante que garantiza la presencia comercial de nuestro país en el exterior.

MASARI casa de bolsa

Masari Casa de Bolsa, es una casa de bolsa mexicana fundada en 1986 s en la Ciudad de México, esta empresa fue erigida por un grupo de empresarios de

origen judíos con la finalidad de atender el mercado de los valores nacionales en el país, la compañía se ha especializado como intermediario en las actividades financieras, obteniendo una reputación en el grupo empresarial mexicano, observando los orígenes de sus creadores el principal valor de la empresa es conducirse siempre bajo los principios éticos.

El objetivo principal de Masari Casa de Bolsa es ofrecer un servicio de protección y seguridad del patrimonio de sus clientes (personas físicas y empresas) a través de la asesoría e intermediación ética, sus ámbitos de inversión son el mercado de dinero, al igual que los cambios, en su gran mayoría gubernamentales y bancarios de corto plazo, con el propósito de lograr que su clientela obtenga seguridad, liquidez y rentabilidad.

	Total de Activos	Inversión en valores	Otros
Masari Casa de bolsa	928.8 mdp	868.4 mdp	60.4mdp

Información financiera al 2015 de Grupo Financiero Mifel

La aportación de la firma en la dinámica económica nacional, se centra en lograr acercar al emprendedor nacional a introducirse en el mercado de valores y las finanzas, brindando asesorías que permitan ayudar a los inversionistas a la toma de decisiones, contribuyendo a dar liquidez a los títulos adquiridos por los clientes.

Electrónica STEREN

Electrónica Steren, es una empresa mexicana de origen judío, dedicada a la comercialización de productos electrónicos, fundada en 1956, cuenta con más de 360 tiendas a lo largo de todo el territorio nacional, con presencia en más de 1,500 puntos de venta en autoservicios y centros de distribución.

Este crecimiento ha permitido a la empresa tener presencia en Estados Unidos y Latinoamérica. Teniendo un catálogo de más de 4,000 productos en el mercado, buscando las tendencias actuales del mercado; gracias a este amplio surtido, la calidad de los productos, Steren se ha posicionado como empresa líder en su ramo.

El sistema de franquicias que desarrollado en 1992, se convirtió en una de las principales fortalezas y que han permitido establecer una red de distribución a nivel nacional e internacional, el modelo de negocio de tradicionales canales de venta al público y mayoreo.

La relevancia de esta firma en el mercado mexicano se destaca en la generación de fuentes de empleos, y el apoyo a sus concesionarios para desarrollarse dentro de la comercialización de productos de electrónica.

V. DISCUSIÓN

Pensar en el judaísmo, alude a pensar en religión y en el estado de Israel, es hablar de un grupos social definido, que dispersos en el mundo entero fortalecen su presencia en las economías donde se establecen, identificando las oportunidades y necesidades de los mercados a los cuales llegan.

VI. CONCLUSIONES

México, después de la llegada de los españoles, y después de su independencia nacional incito a los extranjeros para que poblaran el vasto territorio y trajeron progreso al país, el asentamiento de la comunidad judía no escapa a esta invitación.

La comunidad judeo-mexicana desde su llegada a territorio nacional, se han caracterizado por su activa participación en la economía del país, conformando organizaciones que contribuyen al desarrollo nacional, fomentando el empleo y el apoyo a los microempresarios.

La comunidad judía mexicana, se organizó en nuestro país creando sus propias asociaciones de representación política y económica que permitiera su desarrollo y protegiera sus intereses en los sectores en los cuales se desarrollan.

Las familias judías mexicanas, contribuyen no solo en el aspecto económico del país, sino también en otras áreas como lo social, la política, las artes y la ciencia, son sin duda la minoría con mayor influencia en el país.

La clave del éxito de los judíos mexicanos recae en su inclinación a observar los principios éticos de su religión y el esfuerzo, ese impuso los mueve hacer mejores líderes y desarrollar sus capacidades, sin olvidar de cumplir la ley.

I. REFERENCIAS

BROLD, E. (1980). *La Diaspora Mexicana. Seis Judios del siglo XX*. Universidad Iberoamericana.

CANUDAS Sandoval, E. (2005). Banco Nacional de México. Epilogo del Banco de Londres. En E. Canudas Sandoval, *Las Venas de Plata en la Historia de México* (págs. 948-956). México: Utopia/Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

CJL. (2016). Congreso Judío Latinoamericano. Recuperado el 18 de Agosto de 2016, de <http://www.congresojudio.org.ar/comunidades.php>

COMEX. (s.f). Nuestra Historia. Recuperado el 12 de Agosto de 2016, de <http://www.comex.com.mx/historia>

JPPI. (Diciembre de 2015). *The Jewish People Policy Institute*. Recuperado el 19 de Agosto de 2016, de <https://translate.google.com.mx/translate?hl=es-419&sl=en&u=http://www.jpppi.org.il/&prev=search>

SOURASKY, L. (1965). *Historia de la Comunidad Israelita de México*. . México: Imprenta Moderna Pintel.

STEREN. (s.f.). *STEREN Soluciones en electrónica*. Recuperado el 19 de Agosto de 2016, de <http://www.steren.com.mx/nosotros>

GENERACIÓN DE MIPYMES SUSTENTABLES, A TRAVÉS DE LA DIFUSIÓN Y PRESERVACIÓN DE LA UMA DEL MONO SARAGUATO, EN EL MUNICIPIO DE BALANCÁN, TABASCO

Raziel Esau Coop Abreu^{1*}
Yhadira Huicab García¹
Luis Alfredo Méndez Jiménez¹

I. RESUMEN

Identificar las condiciones en las que se encuentran actualmente las MiPyMES que integran las comunidades aledañas a la UMA del Mono Saraguato Negro y que han decidido volverse Microempresas profesionalizantes con el fin de poder mejorar las características y presentación de los productos que venden en relación a la difusión y conservación de la UMA del Mono Saraguato Negro, activando así la economía en la región y orientando a las artesanas de cada comunidad a mantenerse en la mejora continua para alcanzar una excelente sustentabilidad, mediante la adaptación e implantación de talleres que buscan en vinculación con las instituciones educativas, dar un plus y resaltar lo existente en la zona.

II. INTRODUCCIÓN

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMES), tienen particular importancia para las economías nacionales, no solo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por la flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y gran potencial de generación de empleos. Representan un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza. Hoy en día, los gobiernos de países en desarrollo reconocen la importancia de las MIPyMES por su contribución al crecimiento económico, a la generación de empleo, así como al desarrollo regional y local.

En México, la pequeña y mediana empresa (PyMES), 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.^[7] En México, el turismo es un sector relevante en aspectos de orden económico y social al aportar el 7.8% del Producto Interno Bruto^[6]; en ingresos fiscales de bienes y servicios, aportan el 0.77% del total nacional^[6], así como la

^{1*}Docente Investigador de Tiempo Completo del Instituto Tecnológico de los Ríos

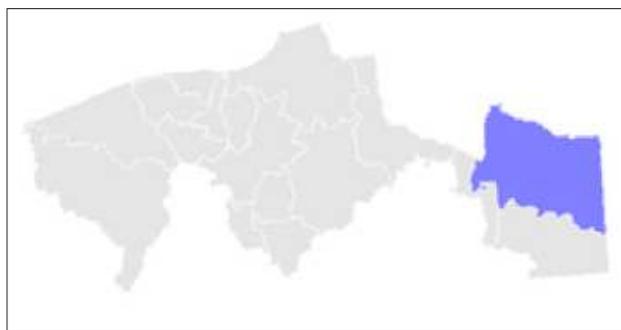
^{1*}reca_dance@hotmail.com

mayoría de las organizaciones que operan en el sector se ubican en la categoría de pequeñas y medianas empresas (Pyme). Es por ello que las MiPyMes están dirigidas por personas emprendedoras mismas que se definen como, Emprendedor persona con auto-confianza y características que le permiten ver oportunidades y generar conceptos de negocio a partir de la creación, la innovación o el mejor empleo de recursos ^[2]. Los principios de la sustentabilidad están inspirados en una diversidad de propuestas y declaratorias que datan desde la Primavera Silenciosa (1962) de Rachel Carson, The Population Bomb (1968) de Paul Ehrlich, Resources and Man (1969) de la Academia de Ciencias de Estados Unidos, The Limits to Growth (1972) de Donella H. Meadows, Dennis L. Meadows, Jorgen Randers, y William W. Behrens III y otros estudios científicos ^[1]. Los principios de la sustentabilidad se visualizan desde la perspectiva de la biosfera:

NO.	Principios de la Universalidad
I	“Una sola tierra” con un “futuro común” para la humanidad.
II	“Pensar globalmente y actuar localmente”.
III	El principio de preocupación. Este sugiere la necesaria adopción de medidas protectoras frente a una acción determinada, cuando no existe certeza científica de las consecuencias para el medio ambiente y los seres vivos.
IV	Responsabilidad colectiva y equidad social.
V	Justicia ambiental y calidad de vida de las generaciones presentes y futuras.

Estos principios de sustentabilidad hacen converger las MiPyMEs con el contexto y compromiso existente por parte de las comunidades y de las mujeres artesanas, la conservación y difusión de la UMA del Mono Saraguato para la presentación y generación de una conciencia ambiental en el desarrollo y virtud de futuras generaciones. El concepto de sustentabilidad promueve una nueva alianza natural-cultural fundando una nueva economía, reorientando los potenciales de la ciencia y tecnología, y constituyendo una nueva cultura política fundada en una ética de la sustentabilidad en valores, creencias, sentimientos y saberes, que renuevan los sentidos existenciales, los mundos de vida y las formas de habitar el planeta tierra ^[4]. Tal y como lo plantea Urrea ^[12], ya que los procesos de gestión son la mayor valencia de la empresa familiar, resultaría apropiado afirmar

que la profesionalización de la organización es la herramienta más adecuada para disminuir los índices de fracaso corporativo que enfrentan este tipo de compañías actualmente. En igual sentido, miles de empresas exitosas alrededor del mundo han demostrado que mediante procesos de profesionalización es posible desarrollar su máximo potencial las ventajas competitivas propias de una compañía en el ámbito local como internacional. Dentro de esta misma perspectiva, Giraldo^[5] plantea la profesionalización como el proceso mediante el cual una organización logra implementar metodologías de trabajo en forma sistémica, que le permiten estructurar estrategias coherentes para el logro de los objetivos empresariales. Complementaria a esta percepción, Belausteguigoitia^[3], afirma que la importancia de la profesionalización de una empresa familiar radica en el hecho de que debe ser un proceso gradual de cambio, que se inicia en el instante en que la empresa diseña puestos de trabajo acordes a las capacidades y potencialidades laborales de cada trabajador, dejando de lado las preferencias y afinidades familiares que puedan existir con los propietarios y/o directivos de la compañía. Este proceso de profesionalización tendrá éxito desde sus inicios si la empresa familiar adopta como estrategia de crecimiento un programa de capacitación y promoción, mediante el cual se evalúe de forma periódica, objetiva y constructiva los niveles de desempeño de cada trabajador de la compañía (sea familiar o no), incluso el de los directivos y propietarios de la organización. En la ranchería de Josefa Ortiz en el municipio de Balancán, Tabasco se encuentra ubicado la Unidad de Manejo Animal (UMA) del Mono Saraguato Negro denominada “Estación de Investigación Primatológica y Vida Silvestre”, que tiene como objetivo “Investigar y Educar para la Conservación de los Primates y la Vida Silvestre de México”, el cual es administrado por el Instituto de Ecología A.C. (INECOL).



Mapa de Tabasco (Macro localización).



Mapa de Balancán UMA (Micro localización).

Las primeras unidades de manejo animal (UMA) se establecieron hace casi diez años, sin embargo, se han realizado muy pocas evaluaciones para conocer el impacto que han tenido sobre la conservación de la vida silvestre y el entorno que se desarrolla en la comunidad, que cuida y administra la UMA. El concepto de UMA ha venido a innovar los sistemas de manejo y aprovechamiento de vida silvestre en México y hay casos que muestran su viabilidad, como sucede en algunos lugares del norte del país^[11]. El establecimiento de UMA engloba varias ideas interesantes e innovadoras, pero siguen sin atenderse varios supuestos que,

al pasarse por alto, suelen impedir que los beneficios pretendidos con esta política de conservación se logren realmente en tal sentido, tiene como propósito analizar los principales factores que limitan que las UMA logren los efectos deseados con esta modalidad de manejo o que generan efectos contraproducentes sobre la vida silvestre ^[8].

III.OBJETIVOS Y METAS

Alcanzar la profesionalización como primera fase de la investigación con las cooperativas de las comunidades que se encuentran incluidas dentro del centro integrador que rodean la UMA del mono Saraguato Negro en el Municipio de Balancán Tabasco, con el fin de tener una proyección local, regional y nacional en diferentes tipos de eventos de los productos artesanales que las mujeres de las mencionadas comunidades desarrollan para el sustento familiar y la difusión de la UMA, en vinculación con el Instituto Tecnológico Superior de los Ríos y el INECOL.

IV. MATERIALES Y METODOLOGÍA

De acuerdo al enfoque de investigación es cualitativa debido a que, utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación ^[10]. Las artesanas mediante la profesionalización de las cooperativas del centro integrados de las comunidades aledañas a la UMA de Mono Saraguato, se están percatando que sus productos generan una apariencia innovadora, y que su presentación mediante la capacitación es relevante y profesional, así también la de los productos que presentan en las exposiciones a las que son invitadas. La información que se está recabando de acuerdo a las necesidades generadas por el proyecto desarrollado, es la entrevista directa con las artesanas de cada ejido del centro integrador en los cuales se están desarrollando las MiPyMEs mediante la agrupación y presentación de los productos que cada grupo realiza, con la finalidad de conocer sus necesidades en cuanto a capacitación y asesoría en el proceso de profesionalizar sus empresas. Se ubica el tipo del diseño de la investigación en no experimental, transversal correlacional – causal: describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, ya sea en términos correlacionales, o en función de la relación causa – efecto ^[10]. De acuerdo a su diseño de investigación, esta se convierte en transversal correlacional - causal; ya que de la fuente o causa principal se derivan varias vertientes que en algún momento del desarrollo del proyecto convergen en un beneficio propio para las comunidades del centro integrador, como para los visitantes (turismo) de la UMA del Mono Saraguato, como la profesionalización de las artesanas de cada ejido para incrementar las ventas de sus productos. Dentro del desarrollo de la investigación cualitativa en la aplicación de campo podemos observar el diseño clásico: se trata de una modalidad típicamente cualitativa en la cual se analizan temas culturales y las categorías son inducidas durante el trabajo de campo. El ámbito de investigación puede ser un

grupo, una colectividad, una comunidad en la que sus miembros compartan una cultura determinada (forma de vida, creencias comunes, posiciones ideológicas, ritos, valores, símbolos, prácticas e ideas; tanto implícitas o subyacentes como explícitas o manifiestas). Asimismo, en este diseño se consideran casos típicos de la cultura y excepciones, contradicciones y sinergias. Los resultados se conectan con las estructuras sociales [10]. El grupo de artesanas del centro integrador actualmente se encuentran en una etapa de profesionalización de sus MiPyMEs, lo cual ha generado una imagen comercial por empresas, etiquetas en sus productos, promoción Below the line (BTL) en puntos estratégicos de venta y eventos científicos – culturales con afluencia de visitantes locales, nacionales y extranjeros tales como Semana Internacional del Mono saraguato negro en el municipio de Balancán, Semana del cambio en Catemaco Veracruz, estancias de investigación internacional que organiza el INECOL con estudiantes de intercambio a nivel internacional, entre otros. Así mismo la afluencia a la UMA de turismo y personas que se dedican al estudio de esta especie de Mono, ha creado en las artesanas y en las personas de las comunidades perspectivas e ideas innovadoras que están impulsando a dar este gran paso que desde hace tiempo no se atrevían a incursar por el desconocimiento y la poca atención que se le brindaba a este tipo de proyectos. Mediante la aplicación de encuestas de tipo mercadológicas, y capacitaciones; así como la sensibilización y profesionalización de imagen representativa o distintiva (logotipo) para cada una de las comunidades, como la convivencia realizada en la UMA del Mono Saraguato para la conservación y difusión de la especie, el realce de las MiPyMEs que se están creando logran potencializarse en el mercado actual, dándose a conocer la zona, regional, estatal y nacionalmente.

V. RESULTADOS

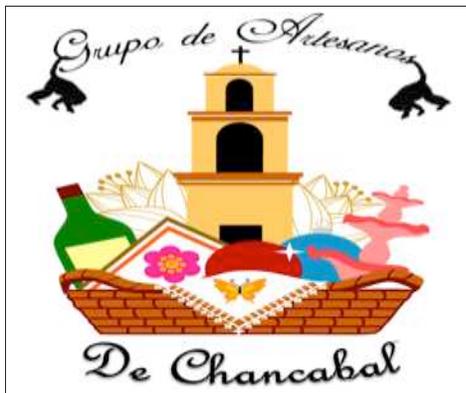
Entorno a la UMA del Mono Saraguato Negro, se desarrollan MiPyMEs en el centro integrador conformado por las comunidades de Laguna Colorada, Chancabal, Frente Único y Josefa Ortiz de Domínguez que integran mujeres artesanas en su mayoría.



Logotipo Artesanías Laguna Colorada Imagen.



Logotipo Artesanías Frente Único.



Logotipo Artesanías De Chancabal.



Logotipo Artesanías Josefa Ortiz de Domínguez.

Con la cultura de la sustentabilidad las personas comienzan a ver no tanto como negocio pero si como la raíz generadora de empleos y sobre todo de pequeñas cooperativas para llevar los ingresos al centro integrador poblacional de comunidades que se encuentran dentro de la superficie territorial en donde se desarrolla el proyecto turístico. Para que una empresa familiar pueda perdurar por muchos años más es necesario que se profesionalice o estará destinada a morir. De esta forma el empresario se concentra en los aspectos del negocio que son de su total dominio, complementando sus capacidades por medio de personas con conocimientos adecuados para las funciones en cuestión [13]. El concepto de profesionalización implica cambiar la mentalidad de los miembros de la familia empresaria integrados en la actividad de la empresa hacia un enfoque más “empresarial” que “familiar”, reconvertir el negocio inicial con el que el fundador empezó, y procurar que la empresa este dirigida por los mejores profesionales, con independencia de que sean familiares o no [9]. Con la modernización total y rediseño de las nuevas imágenes que se han creado para la profesionalización y adaptación de las artesanas del centro integrador de la UMA del Mono Saraguato en Balancán, Tabasco, se ha logrado la presentación de las mismas en la segunda semana internacional del Mono Saraguato, realizada en la cabecera municipal de Balancán, a su vez se muestran carteles de difusión e imágenes del evento realizado y la participación de las artesanas involucrándose en el evento por primera vez en el año 2014.



Cartel promocional de la Semana del Mono Saraguato en Balancán, Tabasco.



Actividades de la Segunda Semana del Mono Saraguato en Balancán con las mujeres Artesanas.



Actividades de la Segunda Semana del Mono Saraguato en Balancán con las mujeres Artesanas.

Del 23 al 25 de octubre • Parque Central Catemaco, Ver. • Conferencias, talleres, concursos, exposiciones, artesanías. En este 2do encuentro de changos y monos tesoros de los tuxtlas, tendrán participación las mujer artesanas del centro integrador en donde se encuentra localizada la UMA del Mono Saraguato, exponiendo los productos que cada una de las comunidades con sus mujeres desarrollan para la comercialización y difusión del turismo de Balancán, Tabasco y específicamente de la UMA se realice. Se presentan carteles e imágenes alusivas al evento viendo la distinguida participación de las mujeres artesanas y como dan a conocer mediante sus productos la majestuosidad de Mono Saraguato, y la profesionalización ya existente en los productos que presenta.



Cartel promocional de la Segunda Semana de Changos y Monos Tesoros de los Tuxtles.

Participación de las mujeres de las comunidades del centro integrador de la UMA.

Se presentan los carteles promocionales de la 3era Semana Internacional Del Mono Saraguato, donde seguramente las mujeres destacadas de las MiPyMEs en formación que han ido en crecimiento tendrá una participación nuevamente, la cual se espera que sea, más sobresaliente debido a las expectativas y experiencias que han ido adquiriendo con la presentaciones diversas a las que han asistido, poniendo en al sus productos, la UMA y el municipio de Balancán, Tabasco.



Cartel promocional de la Tercera Semana Internacional del Mono Saraguato Negro

VII. CONCLUSIONES

La participación actualmente de las mujeres artesanas de cada uno de los ejidos que componen el centro integrador de las comunidades aledañas a la UMA del Mono Saraguato, se encuentran en un desarrollo que las mantiene vigentes en un mercado artesanal demandante; el cual las orienta y redirige hacia el mejoramiento de sus productos, realizando un logotipo por comunidad; haciendo esto algo representativo y único para cada grupo de artesanas y posicionando así su autenticidad, haciendo saber que se crea una cultura ambiental sobre la difusión y preservación de la especie existente inspiradora para la generación de las MiPyMES que actualmente se están profesionalizando y generando empleos para la activación de la economía local, mejoramiento regional y conocimiento estatal y nacional de lo que se realiza en Balancán, Tabasco en los diferentes eventos a donde las artesanas son invitadas.

VIII. REFERENCIAS

CALIXTO Flores, R., Herrera Reyes, L., & Hernández Guzmán, V. D. (2008). *Ecología y Medio Ambiente*. D.F, México: CENGAGE Learning.

ALCARÁZ Rodríguez, R. (2011). *El Emprendedor de Éxito*. México: Mc Graw Hill.

BELAUSTEGUIGOITIA, I. *Empresas familiares, su dinamica, equilibrio y consolidación*. D.F, México: McGraw Hill.

BERNANDJ, N. (1999). *Ciencias ambientales, ecología y desarrollo sostenible*. D.F, México: Prentice Hall.

GIRALDO, C. (2001). *La Importancia de la Profesionalización de las organizaciones del tercer Sector*. Documento de Discusión sobre el Tercer Sector ⁽¹³⁾.

Instituto Nacional de Estadística, G. e. (2015). INEGI. Recuperado el 10 de Febrero de 2015, de <http://www.inegi.org.mx>

J.R, V. S. (2009). *Microempresas: Estructuras y Fuentes de Financiamiento en México*. Recuperado el 10 de Febrero de 2015, de www.eumed.net/coursecon/ecolat/mx/2009/jrus2.htm

naturales, S. d. (2009). www.conafor.gob.mx. Recuperado el 2009, de www.conafor.gob.mx: <http://www.conafor.gob.mx/biblioteca/manejo-de-vida-silvestre.pdf>

RUEDA Rodriguez, J. (2008). *Un enfoque multiple de la compañía española: Principios y Valores*. Madrid, España: Del Economista.

SAMPIERI, R. H., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

SEMARNAT. (10 de Febrero de 2015). www.gob.mx/Semarnat. Recuperado el 10 de Febrero de 2015, de <http://www.gob.mx/semarnat/documentos/lineamientos-para-otorgar-subsidios-de-conservacion-y-aprovechamiento-sustentable-de-la-vida-silvestre-nativa-en-uma-2016>

URREA, J. (2003). *Gobernabilidad de la empresa de familia*. Universidad E.A.F.I.T ⁽¹²⁹⁾.

ZAVALA, E. (10 de Febrero de 2015). *Ideas para Pymes*. Recuperado el 10 de Febrero de 2015, de <https://www.ideasparapymes.com>

LA INVESTIGACIÓN, HERRAMIENTA ESENCIAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS COMPETENCIAS DE LOS ALUMNOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE LOS RÍOS

Kenia Landero Valenzuela^{1*}
Yhadira Huicab García²
Luis Alfredo Méndez Jiménez³

I. RESUMEN

El aprendizaje es una actividad social y se configura con la presencia activa de experiencias y conocimientos, tanto de los profesores como de los estudiantes. La comprensión y dominio de conceptos, métodos, técnicas e instrumentos involucrados en el proceso de la investigación documental, constituyen el escenario didáctico para el aprendizaje significativo en la totalidad del proceso de formación profesional en el Sistema Nacional de Educación Superior Tecnológica, sistema al cual pertenece el Instituto Tecnológico Superior de los Ríos, es por ello que el presente trabajo muestra las experiencias y estrategias utilizadas con la finalidad de fomentar la investigación en los alumnos del Instituto, así como hacerlos partícipes de proyectos de investigación junto con los docentes; en el tenor de comprender a la investigación como un proceso de construcción social, es decir, un proceso dialéctico donde el individuo se enfrenta a la realidad, la interroga, la comprende, y la transforma en beneficio propio y de la comunidad.

II. INTRODUCCIÓN

La formación de profesionistas en un mundo globalizado, exige dominio de herramientas básicas de investigación para gestionar, aplicar y transformar información a contextos complejos y plurales, cuya solución de problemáticas de manera sustentable, es fundamental para la configuración de la sociedad del conocimiento (Pérez, 2000).

La investigación es una herramienta que habilita al estudiante para conocer, analizar y explicar la realidad, transformarla y descubrir áreas de oportunidad en los ámbitos sociales en donde desarrollará su vida profesional y proponer soluciones interdisciplinarias, holísticas y colaborativas con fundamento en las ciencias básicas, de la licenciatura, la ética y la sustentabilidad.

¹ Profesor Investigador, Licenciatura en Administración I.T.S.R.
Dirección para recibir correspondencia: landeros_keny@hotmail.com

La investigación, involucra la consideración del conocimiento disponible y de su extensión para generar nuevos conocimientos que resuelvan problemas reales, y cuyos resultados puedan orientarse a producir, modificar y transferir tecnologías que coadyuven a elevar la calidad de vida de la sociedad. Es por ello que la investigación dentro del Sistema Nacional de Institutos Tecnológicos tiene los siguientes objetivos:

- Generar y transferir conocimiento, desarrollar, innovar, asimilar y adaptar tecnologías que contribuyan al mejoramiento y aprovechamiento óptimo de los recursos de que dispone el país.
- Satisfacer las necesidades de información, conocimientos y tecnologías que incidan en el desarrollo sustentable.
- Aumentar significativamente la autodeterminación científica y tecnológica del país.
- Apoyar la toma de decisiones con conocimientos probados mediante la investigación, la experimentación y la observación.
- Generar conocimiento y proponer el impulso y perfeccionamiento de elementos de base para la planeación del desarrollo.
- Fomentar la aplicación de habilidades creativas y de innovación en el desarrollo tecnológico.
- Promover, apoyar e incrementar el registro de patentes y derechos de autor a partir de los resultados de la investigación (Modelo educativo siglo XXI, 2012).
- En ese sentido, el Instituto Tecnológico Superior de los Ríos ha mostrado gran interés por la formación de los estudiantes en el área de la investigación, así como en diversas áreas que se ocupan de atender diversos aspectos que logran una formación integral del alumno y lo hacen competente para desarrollarse en el campo laboral, estas áreas de atención han adoptado diferentes denominaciones, servicios académicos, tecnología educativa, y actualmente desarrollo académico; cada denominación connota y determina su concepción y su forma de intervención para la atención de los estudiantes.

En todo este tiempo, dentro de estas áreas de atención, se han instrumentado diversas actividades de orientación educativa, con diferentes propósitos, como: lograr la formación integral del estudiante, fortalecer el rendimiento académico, evitar la reprobación y deserción, promover la salud, mejorar las relaciones humanas, entre otros.

Por ello, se han creado programas institucionales (tutorías, creatividad, emprendedores, etc.) otorgan suma importancia a la formación integral con

sentido humanista de sus estudiantes al igual que las estrategias implementadas por la Licenciatura en Administración, para fomentar la investigación, a fin de desarrollar en ellos la competencia por el saber pensar, saber hacer, saber ser, saber convivir y saber emprender; estos programas al igual que las estrategias implementadas en los alumnos, son orientados a cubrir requerimientos y expectativas sociales que permitan formar profesionales y ciudadanos con cualidades de autocrítica, propositivos, emprendedores, responsables y sobre todo comprometidos en la búsqueda de la verdad.

III. OBJETIVOS Y METAS

Contribuir en la formación integral de los estudiantes de la Licenciatura en Administración, a través de una herramienta esencial: la investigación, la cual permitirá que el alumno gestione, aplique y transforme información a contextos complejos y plurales; de igual manera, se complemente de los siguientes objetivos específicos que permitan en el alumno:

- Fortalecer el proceso aprendizaje.
- Promover la construcción de conceptos.
- Favorecer el orden y la jerarquización de la información.
- Fomentar el pensamiento autónomo y crítico con la elaboración de conclusiones, así como despertar en los alumnos el deseo de aprender cosas nuevas.

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

Los alumnos de la Licenciatura en Administración no mostraban interés en realizar y aplicar la investigación como parte de su quehacer como profesionistas; el Instituto aún comienza a dar sus primeros pasos en proyectos de investigación, sólo dos de las carreras de las siete con las que cuenta tienen registradas líneas de investigación y por lo tanto, llevan a cabo diversas actividades y proyectos para alimentarlas, dado esto, la licenciatura es una de las carreras que se abrieron de último, por lo que algunos docentes no enfocaban trabajos y proyectos en función a aplicar herramientas metodológicas de investigación en la elaboración de escritos académicos, producto del desarrollo de la investigación documental en temáticas de su área, por lo que la Licenciatura en Administración tenía un área de oportunidad para desarrollar, así se iniciaron capacitaciones en los docentes a fin de mostrar y objetivar su conocimiento para construir escenarios de aprendizaje significativo en los estudiantes que inician su formación profesional, de esta forma los docentes iniciaron con las primeras investigaciones y fueron involucrando a los alumnos como una estrategia para fomentar la investigación dentro de la carrera, esto permitió que los alumnos se

PERSPECTIVAS CIENTÍFICAS EN ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

interesaran por los proyectos y motivaran a otros compañeros; los proyectos que se han desarrollado y en los cuales los alumnos tuvieron participación activa les permitió no sólo involucrarse en la investigación, sino también conocer la situación de las empresas en la región, el contacto con profesionales en el área; así como empresarios o dueños de micros y pequeñas empresas, esto hace desarrollar en el alumno habilidades y competencias necesarias para su perfil como profesionistas. A continuación, se mencionan los proyectos realizados por la academia en colaboración con alumnos:

PROYECTOS	PROYECTOS	DOCENTES
Ruta Turística municipio de Balancán	Ruta Turística municipio de Balancán	2 docentes
Diseño e implementación de una uma de Quelonios	Diseño e implementación de una uma de Quelonios	2 docentes
Estrategias de comercialización para la empresa Tilapia Azul	Estrategias de comercialización para la empresa Tilapia Azul	2 docentes
Comercialización de leche pasteurizada en la cruzada contra el hambre.	Comercialización de leche pasteurizada en la cruzada contra el hambre.	2 docentes
Estudios de factibilidad de las carreras del instituto	Estudios de factibilidad de las carreras del instituto	2 docentes
Estudios de factibilidad para la apertura de la incubadora de empresas del instituto	Estudios de factibilidad para la apertura de la incubadora de empresas del instituto	2 docentes

Proyectos desarrollados de la Licenciatura en Administración I.T.S.R
Fuente: División académica de la Licenciatura en Administración.

Los profesores trabajaron con los alumnos, no sólo en consultorías empresariales a hoteles, restaurantes y queserías del municipio como se muestra:



De igual manera, trabajaron en un proyecto con financiamiento interno denominado: “Diagnóstico de factibilidad en la comercialización del sector gourmet del Queso de Poro Genuino de Balancán, Tabasco” registrado ante Tecnológico Nacional de México con clave SPI-01-2015, el cual se encuentra en los registros del departamento de investigación del Instituto y que contribuyó a la línea de investigación registrada Consultoría y Desarrollo de Estrategias en MiPyMEs con clave SRIO-LGAC-01-15. Se obtuvieron cinco tesis que a continuación se mencionan:

- “Estrategias de comercialización de productos tradicionales, caso: queso de poro genuino de Balancán, Tabasco”.
- “Factores que influyen en la conducta de los empleados en las PyMEs caso quesería Yomel, Balancán, Tabasco”
- “Factibilidad del estudio técnico del proyecto de comercialización del queso de poro genuino de Balancán en el sector gourmet”.
- Propuesta mercadológica para posicionar el queso de poro genuino de Balancán, Tabasco en el sector gourmet.
- “Proyecto de inversión para conocer la factibilidad del Queso de Poro genuino del Estado de Tabasco”

La Licenciatura en Administración, cuenta con una matrícula aproximada de 345 alumnos, de los cuales se ha logrado que el 28.9% tenga participación en proyectos de investigación, aunado a esto despertó el interés de los alumnos en participar en veranos de investigación científica, así como los veranos delfín, por lo que se logró que los alumnos dieran seguimiento a los proyectos que se desarrollaban en dichos veranos, siendo presentadas en ponencias como en los congresos journals, así como artículos, de igual forma con los demás proyectos realizados en el seno de la academia, esto permitía que los alumnos involucrados en las investigaciones desarrollaran tesis como una opción para titularse como producto de los trabajos realizados en dichas investigaciones.

La licenciatura, implementó como parte de las estrategias, un diplomado de lineamientos para la elaboración de tesis de licenciatura y esto permitió que muchos alumnos egresados, pudieran desarrollar investigación a través de las tesis y surgieran proyectos muy interesantes, con el propósito de fomentar en ellos la investigación y que la utilicen como herramienta en la adquisición y construcción de conocimientos que fortalezcan su desarrollo profesional.

Las estrategias se han implementado con el objetivo de contribuir en los estudiantes en la formación de personas con mejor calidad humana, la formación de mejores profesionistas, así como de fortalecer la calidad de la educación, la investigación, el desarrollo tecnológico y la cultura científica y tecnológica además a fin de

PERSPECTIVAS CIENTÍFICAS EN ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

contribuir en el desarrollo y crecimiento del país, por lo que se crea un programa derivado de las estrategias. A continuación, se detalla el programa:

Años	Fase 1		Fase 2		Fase 2		Fase 4	
Semestre	1	2	3	4	5	6	7	8
Programa	Psicoemocional		Sinergia		Vinculación		Resultados	
Procesos	Proceso de adaptación del alumno a la investigación		Colaboración con docentes en proyectos de investigación		Veranos de investigación científica		Ponencias Tesis Artículos en revistas indexadas	

Programa de fortalecimiento a los alumnos de la Licenciatura en Administración

Fuente: División Académica de la Licenciatura en Administración.

Con lo cual se pretende:

- Despertar el interés de los estudiantes por la ciencia y la tecnología.
- Contribuir en su desarrollo personal, académico y cultural.
- Fortalecer la cultura científica de nuestros estados, regiones y país.

V. RESULTADOS

Es necesario involucrar a los estudiantes en los proyectos de investigación, ya que este programa, como academia de administración, ha despertado en ellos la búsqueda de respuestas ante diversas problemáticas del entorno, los involucra en el intercambio académico a través de los veranos de investigación científica donde en equipos multidisciplinarios logran enriquecer y fomentar las habilidades y competencias de los mismos; así mismo como docentes si se :

- Estimula el trabajo interdisciplinario para lograr la integración de las diferentes asignaturas del plan de estudios.
- Crean situaciones que permitan al estudiante la integración de contenidos de la asignatura y entre distintas asignaturas, para su análisis y para la solución de problemas.
- Incrementa la realización de actividades o tareas que den cuenta por medio de evidencias, de que la competencia se ha desarrollado.

- Estimula la búsqueda amplia, profunda y fundamentada de información.
- Promueve la precisión en el uso de nomenclatura y terminología científica, tecnológica y humanística.
- Propicia el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación para el desarrollo de los contenidos de la asignatura.
- Fomenta actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio argumentado de ideas, la reflexión, la integración y la colaboración de y entre los estudiantes.
- Propicia en el estudiante, el desarrollo de actividades intelectuales de inducción-deducción y análisis-síntesis, la cuales lo encaminan hacia la investigación, la aplicación de conocimientos y la solución de problemas.

En ese sentido, permitirá generar resultados en los alumnos en mayor experiencia al aplicar y recibir directamente conocimientos y habilidades para la investigación y desarrollo tecnológico, relaciones personales e institucionales, que en el futuro fortalecen las oportunidades de formación y trabajo, identificar vocaciones científicas y tecnológicas, fortalecer los valores de vida reflejados en el desarrollo personal, fortalecer su autoestima e influir en la decisión de integrarse a programas de posgrado en el país y el extranjero; y para la institución tendrá como logros la vinculación interinstitucional, incrementar la titulación a través de la realización de tesis, contribuir en la acreditación de los programas académicos, fortalecer los posgrados institucionales, fortalecer la investigación y el desarrollo tecnológico, vinculación con el sector empresarial y productivo, obtención de recursos para proyectos de investigación e incrementar la calidad académica.

VI. DISCUSIÓN

El ser humano por naturaleza, cuenta con la condición innata de la curiosidad y puede utilizar la investigación para resolver sus inquietudes. Investigar es una actividad que puede ser practicada por cuantos sigan las exigencias básicas del pensamiento riguroso; por ello, la investigación ya no es una técnica concebida exclusivamente de los grandes científicos y puede considerarse como una valiosa herramienta dentro del aula.

La investigación, requiere de una clara intencionalidad didáctica, la cual dirigirá el proceso con miras a generar conocimientos y formar competencias en los alumnos. Las intenciones didácticas de la investigación serán la clave para que la investigación se convierta en una valiosa herramienta pedagógica. El docente intencionalmente ejercerá el rol de mediador, despertará el interés y el involucramiento de los alumnos ante cualquier hecho que amerite ser investigado; se valdrá de estrategias y situaciones significativas y relevantes para

motivarlos a buscar, producir y construir conocimientos; y orientará el proceso y facilitará oportunidades que propicien experiencias de aprendizaje.

VII. CONCLUSIONES

La mayoría de las instituciones de nivel superior coinciden en la preocupación por algunos aspectos: la evaluación, la investigación, la vinculación y la educación integral en la formación de los estudiantes, tal es el caso del Instituto, quien considera la investigación como una herramienta esencial para fortalecer las competencias de los estudiantes y crear una formación integral en el estudiante. La investigación es una valiosa herramienta didáctica, que fortalece el proceso de aprendizaje. En la medida que el docente utiliza la investigación-acción lleva a la práctica educativa, la reflexión crítica de su propia actividad y la de sus alumnos, y mejora el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Dentro de la academia de la Licenciatura en Administración, se continúa fomentando la investigación en los alumnos en el aula, así como en la generación de productos académicos:

- Libros o capítulos de libros.
- Artículos publicados en revistas indizadas en el Journal Citation Reports (JCR).
- Participaciones en eventos académicos especializados.
- Tesis concluidas en colaboración.
- Proyectos conjuntos.
- Patentes.
- Informes técnicos.
- Modelos de utilidad.
- Registros de derechos de autor.

La investigación como herramienta en el aula, permitirá promover que los alumnos sean capaces de desarrollar las habilidades y competencias necesarias para investigar, como son: lectura y pensamiento crítico, análisis, síntesis, autodirección, capacidad de trabajar por cuenta propia, liderazgo, innovación, creatividad, utilización adecuada de los recursos disponibles en biblioteca y medios electrónicos entre otras.

VIII. REFERENCIAS

ACEVEDO, J. (2005). *Naturaleza de la ciencia y educación científica para la participación ciudadana. Una revisión crítica*. Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias Vol. 2, N° 2, pp. 121-140.

MARCHETTO, M. (2006). *La investigación científica y tecnológica en el ámbito de los institutos tecnológicos: Una visión crítica*. Ensayo. Instituto Universitario Experimental de Tecnología “Andrés. Eloy Blanco” (IUETAEB). Compendium. No. 16 pp. 57-66.

ALBA A.F. (1987). *El Desarrollo de la Tecnología*. México: Fondo de Cultura Económica.

HEINZ, D. (2006). *Nueva Guía para la Investigación Científica*. México. D.F.

HICKS E. (1986). *Métodos de Investigación*. México: COSNET.

PÉREZ Tamayo, Ruy. (2005). *Cómo Acercarse a la Ciencia*. México: Limusa.

RESÉNDIZ N.D. (2008). *El Rompecabezas de la Ingeniería. Por qué y Cómo se Transforma el Mundo*. México. D.F. Fondo de Cultura Económica.

ROJAS S.R. (2001). *Guía para Realizar Investigaciones Sociales*.-26 Ed.- México: Plaza y Valdez Editores.

SCHMELKES, C. (2004). *Manual para la Presentación de Anteproyectos e Informes de investigación*. (Tesis). México: Oxford.

TAMAYO T.M. (1993). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: Limusa.

DGEST. (2012). *Modelo educativo para el siglo XXI*.

EL REZAGO EDUCATIVO Y LA POBREZA: UN ANÁLISIS ESTADÍSTICO DEL ESTADO DE TABASCO

**María Antonieta Estañol Vidrio
Ana Bertha Vidal Fócil
Jesús Alberto Morales Méndez
Luis Manuel Hernández Govea**

I. RESUMEN

En el presente trabajo, se hace un análisis de la inversión en el sistema educativo de Tabasco, de manera particular en el municipio de Centro, mostrando indicadores económicos, así como el impacto que ha tenido de una manera positiva o negativa, se abordarán temas económicos, tablas comparativas de la educación y la pobreza.

Se examinará la relación entre la educación y la pobreza en el municipio de Centro, Tabasco, con el fin de explorar la relación que existe entre las escuelas y la sociedad del estado ya que éste se encuentra en los últimos lugares educativos en el ámbito nacional y bajo en su desarrollo económico.

II. INTRODUCCION

De acuerdo al CONEVAL, una persona se encuentra en situación de pobreza cuando tiene al menos una carencia social en los seis indicadores, como son: rezago educativo, acceso a servicios de salud, acceso a la seguridad social, calidad y espacios de la vivienda, servicios básicos en la vivienda y acceso a la alimentación y su ingreso es insuficiente para adquirir los bienes y servicios que requiere para satisfacer sus necesidades alimentarias y no alimentarias.

Tabasco atraviesa por una situación económica difícil, lo cual repercute de manera directa y significativa en la educación y su economía; de la misma forma, estimadores de la población de 15 años y más están en condiciones de analfabetismo y rezago educativo, debido a su situación económica, que es el principal factor que determina si se sigue o no con sus estudios.

III. OBJETIVOS Y METAS

Explicar la relación que existe entre la pobreza y el rezago educativo en el municipio de Centro, Tabasco.

Examinar la inversión que existe en el sistema educativo en el municipio de Centro y el bajo nivel de desarrollo económico.

Metas

Contribuir a justificar el incremento del gasto eficiente en educación por parte del Estado, pues esto llevaría a un ahorro en programas sociales.

Que haya educación de mejor calidad para todos, propiciará que la población se incorpore de manera competitiva a la vida laboral y que sus ingresos sean más altos, provocando una mayor recaudación para el Estado y evitar que los jóvenes sean subempleados o reclutados, en el peor de los casos, por la delincuencia.

IV. MATERIALES Y METODOS

A continuación, se exponen las siguientes estadísticas sobre el rezago educativo y el nivel de pobreza.

Tabasco: Población de 15 años y más en rezago educativo por género y grupos quinquenales de edad.

Género y Grupos quinquenales de edad	Población de 15 años y más				Analfabetas				Sin Primaria Terminada				Sin Secundaria Terminada				Rezago Total			
	Total	Hispano - Hablante	Habla lengua indígena	Ne *	Total	Hispano - Hablante	Habla lengua indígena	Ne *	Total	Hispano - Hablante	Habla lengua indígena	Ne *	Total	Hispano - Hablante	Habla lengua indígena	Ne *	Total	Hispano - Hablante	Habla lengua indígena	Ne *
Tabasco	1,544,096	1,484,677	53,777	5,642	108,954	99,078	9,519	357	218,669	208,314	9,578	777	289,007	277,876	10,179	952	616,630	585,268	29,276	2,086
15 a 19 años	224,257	217,754	5,547	956	3,288	3,141	127	20	6,610	6,340	235	35	52,348	50,868	1,299	181	62,246	60,349	1,661	236
20 a 24 años	206,842	199,617	6,390	835	4,100	3,879	199	22	7,361	7,000	330	31	21,112	20,236	788	88	32,573	31,115	1,317	141
25 a 29 años	185,871	179,483	5,741	647	4,978	4,689	270	19	10,368	9,878	454	36	26,041	24,929	1,023	89	41,387	39,496	1,747	144
30 a 34 años	174,392	168,316	5,464	612	6,167	5,754	388	25	14,213	13,601	560	52	30,539	29,224	1,225	90	50,919	48,579	2,173	167
35 a 39 años	164,922	158,941	5,439	542	6,988	6,453	508	27	17,282	16,507	716	59	32,243	30,819	1,315	109	56,513	53,779	2,539	195
40 a 44 años	136,000	131,010	4,495	495	8,807	8,116	658	33	19,810	18,995	750	65	28,060	26,892	1,072	96	56,677	54,003	2,480	194
45 a 49 años	116,426	111,480	4,570	376	10,575	9,953	951	31	24,064	22,899	1,100	65	26,352	25,252	1,028	72	60,991	57,744	3,079	168
50 a 54 años	95,109	91,135	3,652	322	9,863	8,965	868	30	24,988	23,796	1,095	97	23,596	22,726	800	70	58,447	55,487	2,763	197
55 a 59 años	72,350	68,877	3,249	224	9,628	8,643	973	12	23,801	22,585	1,151	65	17,909	17,180	671	58	51,338	48,408	2,795	135
60 a 64 años	51,726	49,042	2,488	196	9,367	8,438	906	23	19,863	18,852	936	75	11,441	11,010	390	41	40,671	38,300	2,232	139
65 y más años	116,201	109,022	6,742	437	35,193	31,407	3,671	115	50,309	47,861	2,251	197	19,366	18,740	568	58	104,868	98,008	6,490	370

Fuente: INEGI, XIII Censo de Población y Vivienda, 2010.

Municipio	Población de 15 años y más	Analfabetas	%	Sin primaria terminada	%	Sin secundaria terminada	%	Rezago total	%
Tabasco	1,544,096	108,954	7.1	218,538	14.2	278,719	18.1	606,211	39.4
Balancán	38,831	4,448	11.5	8,062	20.8	7,805	20.1	20,315	52.3
Cárdenas	165,094	12,142	7.4	27,932	16.9	33,522	20.3	73,596	44.6
Centla	68,411	5,551	8.1	9,894	14.5	12,302	18	27,747	40.6
Centro	456,863	18,589	4.1	42,594	9.3	70,112	15.3	131,295	28.7
Comalcalco	131,671	9,997	7.6	22,598	17.2	25,264	19.2	57,859	43.9
Cunduacán	86,234	6,675	7.7	15,617	18.1	17,442	20.2	39,734	46.1
Emiliano Zapata	21,009	1,543	7.3	3,537	16.8	3,873	18.4	8,953	42.6
Huimanguillo	117,707	11,589	9.8	23,307	19.8	23,691	20.1	58,587	49.8
Jalapa	26,254	2,098	8	3,991	15.2	5,370	20.5	11,459	43.6
Jalpa de Méndez	56,742	4,277	7.5	7,847	13.8	9,039	15.9	21,163	37.3
Jonuta	20,347	2,325	11.4	3,514	17.3	4,598	22.6	10,437	51.3
Macuspana	105,854	8,405	7.9	14,440	13.6	20,593	19.5	43,438	41
Nacajuca	80,371	7,043	8.8	7,766	9.7	12,373	15.4	27,182	33.8
Paraíso	59,583	2,767	4.6	7,924	13.3	11,878	19.9	22,569	37.9
Tacotalpa	31,326	2,900	9.3	5,790	18.5	6,703	21.4	15,393	49.1
Teapa	37,328	4,377	11.7	6,696	17.9	6,840	18.3	17,913	48
Tenosique	40,471	4,228	10.4	7,029	17.4	7,314	18.1	18,571	45.9

Fuente: INEGI, XIII Censo de Población y Vivienda, 2010.

Según los datos presentados, en el Censo de Población y Vivienda 2010, INEGI, para el año 2010 existe un porcentaje alto de rezago educativo de 39.93% de una población de 15 años, siendo ésta de 1544,096 donde 616,630 personas distribuidas en analfabetas, sin primaria y secundaria terminada.

Para el municipio de Centro en el mismo año 2010 el rezago educativo se comporta de la siguiente manera.

Las personas que tienen rezago educativo; analfabetas, sin primaria y secundaria terminada era de 131,295 con porcentaje de 28.7, siendo la más baja respecto a los otros municipios, debido a que en el municipio de Centro hay mayor accesibilidad a los servicios educativos, por ser la capital del Estado y el efecto de concentración que genera.

PERSONAS QUE NO ASISTEN A LA ESCUELA Y ANALFABETAS DEL MUNICIPIO DEL CENTRO			
	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Población de 3 a 5 años que no asiste a la escuela	5,068	5310	10,378
Población de 6 a 11 años que no asiste a la escuela	646	731	1,377
Población de 12 a 14 años que no asiste a la escuela	790	871	1,661
Población de 8 a 14 años que no saben leer y escribir	751	1092	1,843
Población de 15 años y más analfabeta	11,550	7039	18,589
Población de 15 años y más sin escolaridad	11,327	7093	18,420
Población de 15 años y más con primaria incompleta	19,288	23648	42,936
Población de 15 años y más con secundaria incompleta	7448	8,645	16,093
TOTAL	56,868	54,429	111,297

Fuente: Principales resultados por localidad. Censo de población y vivienda 2010. Base de datos en internet

Por otra parte, en el 2010 en el municipio había 111,297 personas que no asisten a la escuela y que no saben leer ni escribir.

A continuación, se detallan los indicadores:

El CONEVAL para el periodo comprendido entre el año 2010 y 2014, ha publicado informes que permiten conocer el comportamiento de la pobreza y su relación con el rezago educativo en Tabasco, con base en estos datos, puede observarse que en este período, en Tabasco, por una parte la población en situación de pobreza disminuye en una décima porcentual, y por otra lo mismo ocurre con el rezago en educación.

PERSPECTIVAS CIENTÍFICAS EN ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

Indicadores	Porcentaje			Miles de personas			Carencias promedio		
	2010	2012	2014	2010	2012	2014	2010	2012	2014
Pobreza									
Población en situación de pobreza	57.1	49.7	49.6	1,291.60	1,149.40	1,169.80	2.7	2.7	2.6
Población en situación de pobreza moderada	43.5	35.4	38.5	984.7	818.6	909.5	2.4	2.4	2.4
Población en situación de pobreza extrema	13.6	14.3	11	306.9	330.8	260.3	3.7	3.6	3.6
Población vulnerable por carencias sociales	27.2	34	37.5	615.9	785.4	883.8	2.1	2.1	2.1
Privación social									
Población con al menos una carencia social	84.3	83.6	87	1,907.50	1,934.80	2,053.60	2.5	2.5	2.4
Indicadores de carencia social									
Rezago educativo	19.8	19.1	17	448.6	442.1	400.1	3.4	3.4	3.3
Carencia por acceso a los servicios de salud	23.9	18.2	16.9	540.8	420.5	399.4	3.3	3.2	3.2
Bienestar									
Población con ingreso inferior a la línea de bienestar mínimo	22.4	23.6	17.9	506.3	546.5	421.7	2.9	2.8	2.9
Población con ingreso inferior a la línea de bienestar	61.2	52.7	51.9	1,385.10	1,218.90	1,225.20	2.5	2.6	2.5

Fuente: CONEVAL, indicadores de pobreza 2014.

V. RESULTADOS

De acuerdo a los datos estadísticos que proporciona INEGI, desde 1990 hasta el último censo poblacional realizado en el 2010, se puede observar una tendencia en la disminución de los índices de analfabetismo en cada década en México y el Estado de Tabasco.

Es importante hacer notar que el índice de analfabetismo en Tabasco en 1990 alcanzó la cifra de 12.64%, tan solo 0.23% por encima de la media nacional, mientras que para el año 1995, la cifra se situó en 10.98%, representando entonces un 0.38% por encima de la media nacional; en el año 2000, estuvo Tabasco un 0.27% por encima de la media nacional ya que el índice fue del 9.72%; para el 2005 se redujo en esta entidad federativa, a solo 8.55%, disminuyendo una vez más en 1.17 puntos porcentuales en relación con el lustro anterior; y finalmente, en el último censo poblacional registrado en el 2010, la cifra en el estado alcanzó

un índice del 7.05%; derivado de lo anterior, es posible observar que aún en 2010, el Estado de Tabasco no logra disminuir este índice por debajo de la media nacional, ya que actualmente se encuentra 0.18% por encima de ésta.

VI. DISCUSIÓN

Los problemas que se encuentran están correlacionados en el tiempo, como son: pobreza, rezago educativo y baja calidad educativa. Por lo que en análisis más profundo del gasto en educación, se podrá justificar que se debe incrementar el gasto en educación y aumentar su aplicación eficiente, además de que esto ahorraría gastos futuros en programas sociales debido al descenso de los índices de pobreza en el estado, así como incrementar los años promedio de escolaridad, elevaría la productividad del trabajo y por ende el crecimiento económico y por último, el incrementar la calidad en la educación, propiciará la incorporación a la vida laboral de la población e incrementara sus ingresos, lo que podría además impactar de manera positiva la recaudación de impuestos locales y federales y reducir los índices de inseguridad y delincuencia.

VII. CONCLUSIÓN

El combatir la pobreza es un reto que se debe abordar de forma integral, siendo la educación una de las variables principales que incide directamente en las oportunidades para salir del atraso y la marginación, como ejemplo de estos efectos correlacionados y encadenados, se tiene que la educación reduce la tasa de natalidad, ya que al aumentar el grado de educación de la mujer, contribuye a tomar conciencia de la importancia que tiene la prevención de embarazos no deseados, el control de la natalidad y como contribuye esto a la salud familiar, además le permite participar en actividades productivas, lo que a su vez contribuye al incremento del desarrollo de la sociedad, el crecimiento de la economía estatal y en el caso de las empresas, a reducir las incapacidades por enfermedad.

En México, se han conseguido mayores beneficios por cada año de incremento en el promedio de escolaridad para quienes ya tiene un alto nivel de estudios, aunque esto implica una concentración del ingreso pues el acceso a la educación es mayor en para las familias de más altos ingresos. Estos resultados, de no generalizarse para el conjunto de la sociedad en el mediano plazo, harían que quienes poseen un grado mayor de educación obtengan mayores ganancias por la escasez de profesionales, no obstante, que el crecimiento de la economía sería muy bajo y la inestabilidad social aumentaría.

Por último, se puede afirmar que sin crecimiento económico es muy difícil que los índices de pobreza disminuyan en México, en Tabasco o en el municipio de Centro. Las estadísticas del PIB nacional y estatal de los últimos años, reflejan

crecimientos por debajo del 3% anual en términos reales, de ahí que como lo aceptó el CONEVAL, la pobreza ha crecido, aún al gasto social que se ha hecho. Por ello, se considera que la inversión en educación es una oportunidad para reencontrar el crecimiento y el desarrollo, así mismo, en la actualidad se cuenta con un “Bono Demográfico” que no debe desaprovecharse y menos aún condenar a tantos jóvenes a vivir en la marginación y la pobreza.

VIII. REFERENCIAS

Centro de Estudios Educativos 1993 Educación y pobreza (México: Consejo Consultivo del Programa Nacional de Solidaridad, PRONASOLy El Nacional).

EDWARDS, V. (1992). *El concepto de calidad de la educación* (Quito: Instituto Fronesis).

Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática (INEGI) 1993

Magnitud y evolución de la pobreza en México 1984 - 1992 (México: INEGI- ONU – CEPAL).

REIMERS, Fernando M., «Educando a los hijos de los pobres. Un Movimiento Mundial Paradójico» *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos* (México) [en línea] 2015, XLV: [Fecha de consulta: 26 de julio de 2016] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27043549003>> ISSN 0185-1284

La Jornada, Angélica Enciso L. Y Víctor Ballinas. (27 de julio, 2016). «Si en 25 años no mejoró el ingreso, no se puede bajar la pobreza: CONEVAL», Sección Sociedad.

ESTUDIO A LA GESTIÓN INSTITUCIONAL SOBRE LA FLEXIBILIDAD CURRICULAR EN LA DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

Carlos Alberto Rodríguez Garza¹
Fabiola de Jesús Mapén Franco¹
Jorge Alberto Rosas Castro¹
Rosa Adriana Magaña Ligonio²
Cecilia Isabel Miranda Osorio²

I. RESUMEN

En este siglo XXI, se han presentado diversos cambios económicos, sociales, políticos y culturales que afectan directamente a las instituciones de educación superior. Para adaptarse a estos cambios constantes de la globalización, la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT) realizó cambios internos y uno de los cambios de gran importancia y relevancia fue la transición de su modelo educativo rígido por un modelo educativo flexible en las divisiones académicas que conforman a la UJAT. La flexibilidad curricular es un paradigma que crea un dinamismo correlativo entre los actores del contexto, en el caso de la universidad serán la administración, los alumnos y los docentes.

Este estudio es sobre la gestión institucional de la flexibilidad curricular en la División Académica de Ciencias Económico Administrativa (DACEA) para obtener un panorama sobre la diferencia entre lo planteado por los pioneros de la teoría de la flexibilidad curricular y lo planeado y aplicado en la UJAT, tomando en cuenta la actitud de los actores (alumnos y docentes) que conforman a esta División Académica.

Palabras claves: flexibilidad curricular, gestión, modelo educativo.

II. INTRODUCCIÓN

A partir de los últimos años las instituciones de Educación Superior en México, han presentado cambios, lo que las ha llevado a sufrir una reingeniería acorde al panorama de un mundo globalizado, en donde la gestión institucional juega un papel primordial, ya que es la que busca fortalecer la organización adecuada en las universidades para la mejora de los procesos y así obtener resultados de

¹Profesor-Investigador de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

²Estudiante de la licenciatura en Administración de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Dirección para recibir correspondencia: crogarza@hotmail.com

calidad en los programas educativos, entre estos cambios esta la flexibilidad curricular, cuyo objetivo es el de modificar el enfoque tradicional de administrar las instituciones por un nuevo enfoque orientado hacia el autoaprendizaje, dinamismo e interacción entre docentes, alumnos e institución.

En el año 2003 se expone en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT) la implementación del currículo flexible y al mismo tiempo desciende dicho modelo educativo a la División Académica de Ciencias Económico Administrativas (DACEA). Este cambio de paradigma se generó para abatir las deficiencias de la estructura de los programas rígidos y para confrontar estándares académicos, administrativos y normativos con el fin de mejorar y actualizar los planes de estudio, y posteriormente actualizar la concepción de estudiante y docente.

La flexibilidad curricular ha sido estudiada para fines teóricos del modelo educativo de la UJAT, no obstante se desconoce el impacto que tiene al ser gestionada en la División Académica de Ciencias Económico Administrativa (DACEA), no se sabe si el modelo educativo fue planeado de acuerdo a la teoría general de la flexibilidad curricular la cual ha sido estudiada por diversos autores desde su aparición en las instituciones educativas, de igual forma se desconoce si opera con congruencia al ser puesto en práctica en el desempeño de la labor docente y de la labor institucional en esta División Académica.

Como bien se mencionó, el modelo educativo rígido que operaba la DACEA cambió a currículo flexible por recomendaciones de la OCDE para el mejoramiento y la actualización del programa educativo profesional en México, con el fin de obtener una organización académica la cual promueva la interacción de los docentes y alumnos entre ellos y con la sociedad cambiante y que promueva el autoaprendizaje en los alumnos para obtener profesionistas que puedan desarrollarse en el ámbito que les dé mayor beneficio de acuerdo a sus intereses.

Así pues, para que el modelo educativo de flexibilidad curricular se lleve a la práctica de acuerdo a la teoría es necesario que los actores (alumnos y profesores) tengan el conocimiento pleno de la base de su estudio, es decir debe existir una divulgación de información por parte de la gestión institucional para que estos actores puedan realizar sus derechos y obligaciones según la normatividad del Modelo Educativo.

III. OBJETIVOS Y METAS

Conocer la gestión institucional de la flexibilidad curricular en la División Académica de Ciencias Económico Administrativas (DACEA) para compararla con la teoría.

- Conocer el modelo educativo de la DACEA de la UJAT.
- Comparar las principales actividades de la gestión institucional de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco con el modelo educativo de flexibilidad curricular.

- Evaluar las actitudes de los estudiantes de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas sobre la flexibilidad curricular.
- Evaluar las actitudes de los profesores de la División Académica de Ciencias Eco-nómico Administrativas sobre la flexibilidad curricular.
- Comparar la teoría del modelo de la Flexibilidad Curricular de la DACEA con las actitudes de los actores que intervienen en ella.

Hipótesis

La gestión institucional de la flexibilidad curricular en la División Académica de Ciencias Económico Administrativas (DACEA), se emplea de acuerdo a la teoría de la flexibilidad curricular sin embargo la aplicación difiere en la práctica ya que los actores que interactúan en este contexto conocen limitadamente los aspectos que conlleva este modelo.

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología considerada para esta investigación, se generó a partir de las necesidades de comprensión que existe ante un constante cuestionamiento a la forma de gestión de una curricular flexible en la División Académica de Ciencias Económico Administrativas, entre los alumnos y docentes y a su vez, la requerida comparación entre el modelo de educación de la División Académica y la teoría de la flexibilidad curricular.

El contexto que se tomará en cuenta es socioeducativo, porque existe interacción entre los miembros de una sociedad (DACEA), los cuales se comunican para transmitirles a los demás miembros sus conocimientos sobre algo, y de igual manera para aprender también de ellos (López, 2012).

Unidad de análisis:

- Estudiantes de la DACEA.
- Profesores de la DACEA.
- Administración de la DACEA.

La administración de la DACEA fue tomada como parte de la gestión de la flexibilidad curricular, ya que es la que hace posible la realización de las operaciones de esta División Académica, y se referenciará con la información generada en las normas de la flexibilidad curricular en la UJAT.

4.1. Tipo de muestra

La muestra que se ocupó fue probabilística, eso porque dentro de la población que se estudió, todos los elementos tenían la misma posibilidad de ser elegidos por que no se necesitaban de una característica específica. Se utilizó la fórmula

para el tamaño de la muestra finita y conocida de una población de dos mil 987 alumnos una muestra de 93 y de una población de 268 docentes una de 71.

4.2. *Recolección de datos*

La recolección se basó en elaborar un plan minucioso sobre los procedimientos para guiar adecuadamente a obtener resultados de validez, por lo tanto, se recaudaron datos tanto primarios como secundarios, los cuales son: recolección por medio de otros investigadores (artículos científicos), encuestas y análisis de contenido.

4.3. *Instrumentos*

Recolección por medio de otros investigadores (artículos científicos): Se efectuó una búsqueda de artículos cuyo contenido fuera sobre la Teoría de la flexibilidad curricular, la cual llevo a formar un marco teórico preciso para realizar seguidamente la comparación del modelo de flexibilidad curricular de la División Académica de Ciencia Económico Administrativas (DACEA) en la UJAT y de esta forma se pudo conocer la variación o semejanza que existe entre estas dos teorías.

Encuesta/cuestionario:

- Encuesta para alumnos:

Se utilizó una encuesta realizada por Barradas (2011), la cual se adaptó en cierto modo a especificar lo que esta investigación pretende. La adaptación de la encuesta se generó con 69 reactivos de los cuales 14 fueron de opción múltiple y 55 con escala, tomando de base la escala tipo Likert puesto que se determinó la interrelación de los actores con la flexibilidad curricular en la División Académica.

El escalamiento tipo Likert “se utilizará por su elaboración y aplicación y por la importancia de tener un buen nivel de correlación de escalas y criterios de medición de actitudes”. (Malve, 2007, p. 2). Se usaron cinco niveles de valores para la escala, esto según nos dice Malve para “agrupar numéricamente los datos que se enuncien en forma verbal, para poder operar con ellos, como si se tratará de datos cuantitativos para poder analizarlos correctamente”.

Esta encuesta se dividió según las dimensiones: Flexibilidad de contenidos, Flexibilidad de tiempos y flexibilidad de espacios, las cuales ayudaron a conocer la actitud que tienen los alumnos de la DACEA de la UJAT sobre la flexibilidad curricular y gracias a esto se pudo saber por medio de un análisis qué tanto difiere la teoría y la gestión de la Flexibilidad curricular comparándolas para esto con el modelo educativo de la DACEA.

Encuestas para profesores:

Se generó tomando como referencia algunos ítems del artículo Flexibilidad curricular: Opinión de estudiantes y docentes universitarios (Caamal y Canto,

s.f). Este cuestionario fue tomado en cuenta de acuerdo a nuestro objetivo el cual es conocer la actitud de los docentes respecto a la flexibilidad curricular y para esto se adaptaron las encuestas con 42 reactivos específicos para llegar a lo esperado. Al igual que la encuesta de los alumnos, la encuesta de la de docentes cuenta con 1 reactivo de escala múltiple y tiene 41 reactivos en escala tipo Likert.

Análisis de contenido:

Se efectuó un análisis del contenido del modelo educativo de la UJAT para posteriormente indagar sobre los planes educativos de la DACEA, en los cuales se refiere a la flexibilidad curricular. Esto con el fin de realizar las diferentes comparaciones entre la teoría y la gestión de la División Académica sobre las actitudes de los alumnos, así como la comparación con la Teoría de la flexibilidad curricular.

4.4. Alfa de Cronbach

Se utilizó para dar confiabilidad a los ítems con escalamiento Likert, utilizados en el instrumento de medición (encuestas) tanto para alumnos como para docentes, obteniendo los siguientes resultados Alumnos: $\alpha = 1.00$ y Docentes: $\alpha = 0.9$

En conclusión, ambas encuestas (alumnos y docentes) cuentan con un alto grado de confiabilidad.

4.5. Variables y sus dimensiones

Nuestras variables a utilizar son dos: la Gestión Institucional y la Flexibilidad Curricular la cual es dependiente de la primera, en tanto sus dimensiones son las siguientes:

V. RESULTADOS

5.1. Comparación de las principales actividades de la gestión institucional de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco con el modelo educativo de flexibilidad curricular

Se observó, que la DACEA parte de la teoría de que un currículo flexible es un referente institucional, el cual genera valores, política y principios del quehacer académico, nos da a entender también que gracias a él se genera relación con el conocimiento, la sociedad, la enseñanza y aprendizaje, es decir se refiere a la apertura de los límites de la enseñanza.

Flexibilidad Curricular

Gestión Institucional

Tiempo

Organización

Contenido

Programas Institucionales

Espacios

Por tanto, como textualmente se encontró en dicho modelo, la flexibilidad debe entenderse como un principio estratégico para llevar adelante los propósitos de la formación integral de profesionales, en sus diferentes expresiones: académica, curricular, pedagógica, administrativa y de gestión. Comparando el significado que se tiene del objeto de investigación, el resultado es que ciertamente hay semejanza entre la teoría de la División Académica y la Teoría General de la Flexibilidad, investigada y explicada por diversos autores e instituciones. Esta semejanza se debe a que de igual manera la teoría general indica que la flexibilidad curricular debe asegurar la calidad y la adaptación a los cambios de los sectores sociales y laborales, así como también engloba lineamientos y políticas para dar respuesta a los propósitos y retos que existen en la sociedad profesional (SEP).

Siguiendo con el comparativo, y ahora especificando las características primordiales de una curricular flexible tenemos que la DACEA plasma en su modelo que las particularidades de una flexibilidad son la posibilidad del alumno de elegir o seleccionar la forma, el lugar y el momento de su aprendizaje, de acuerdo con sus intereses, necesidades y posibilidades. Mismo que nos menciona Díaz (2002) en su artículo Flexibilidad y Educación Superior en Colombia, afirmando que “el aprendiz tiene la posibilidad de escoger o seleccionar la forma, el lugar (espacio) y el momento (tiempo) de su aprendizaje, de acuerdo con sus intereses, necesidades y posibilidades”. Es en este aspecto donde se determina nuevamente una relación entre ambos puntos ya que tanto la DACEA como la teoría general de la flexibilidad indican las principales características que debe tener un modelo flexible, las cuales son la posibilidad de que el estudiante sea capaz de determinar sus intereses, su espacio y así mismo su tiempo y adaptarlo de acuerdo a sus necesidades personales y sobretodo profesionales.

La flexibilidad entonces se simboliza en la DACEA de acuerdo a la teoría general, como se observa en lo anterior escrito, existe una igualdad de saberes entre ambas partes, esto significa que la DACEA tomó en cuenta cada uno de los aspectos indispensables para su propio modelo educativo de curricular flexible. Esto gracias a que en su redacción presenta en grandes rasgos que la flexibilidad es desplegar los límites de las áreas de conocimiento tal como lo menciona Pedroza (2001), es tener cogniciones sin frontera. En ambas partes estudiadas y comparadas, se puede observar que neutralizan y relajan a cierto grado la relación alumno-docente, esto con el fin de indicar la postura del profesor únicamente como facilitador de la materia impartida, logrando nuevas dinámicas para el buen funcionamiento de los actores, en tanto existe un asesor llamado tutor, quien es encargado de guiar a los alumnos en su formación para tomar decisiones de acuerdo a sus conveniencias y preferencia.

Otra comparación semejante entre estas dos estructuras de investigación, es el pensamiento crítico y general que lo docentes fomentan y así generar en los alumnos opiniones propias, para encaminarlos a una diversidad de cultura para moverse posteriormente a cualquier otro centro de estudios en el momento que cada uno lo decida.

Los puntos anteriores, llevan a una estructura cognitiva multicultural en distintos escenarios, pero con la misma base de aprendizaje; por tanto, se determina que la DACEA UJAT cumple con un adecuado modelo educativo que va de la mano con la teoría general de una curricular flexible.

5.2. Comparación de la actitud de los actores de la DACEA con la teoría del modelo educativo de flexibilidad curricular de la institución

En este apartado se abordan los puntos que posee la gestión institucional que fueron tomados en cuenta para la aplicación de la flexibilidad curricular en la DACEA a través del análisis del modelo de la División y sus planes, mediante la comparación a través de la actitud y experiencia vivida de 93 alumnos y 71 docentes.

La presentación se organiza a partir de las variables y dimensiones, derivadas de los objetivos específicos de esta investigación generando una interpretación completa procedente de la actitud de los actores en comparación de la teoría que impone la UJAT DACEA en su propio modelo educativo.

La gestión de la flexibilidad curricular señala que el modelo se divide en tres dimensiones, las cuales se tomaron como base en las encuestas, dichas dimensiones son: flexibilidad de contenido, tiempo y espacio.

Flexibilidad de Contenido

Esta dimensión llevada de la teoría a la práctica refleja que la mayoría de los alumnos frecuentemente mantienen estable la operación de los saberes. En cambio, con los docentes se determinó que los contenidos en los planes flexibles son frecuentemente satisfactorios para la enseñanza de los alumnos, pero algunas veces tienen sentimientos encontrados debido a la falta de coherencia respecto a la información que deben de poseer los contenidos y lo que verdaderamente tienen, generando problemas al momento de aplicar las estrategias de aprendizaje.

Flexibilidad de tiempos

Esta dimensión sostiene que a veces el modelo los ha favorecido. En base al conjunto de preguntas realizadas, se concluyó que el alumno ha tenido algunas dificultades al administrar su tiempo de acuerdo a sus intereses, por lo que existe insuficiencia en algunos aspectos, ya que, aun teniendo una satisfacción media en el tiempo, los alumnos han manifestado dificultades en sus horarios de clases reflejándose en el cruce de materias, falta de oferta de materias, en sus necesidades profesionales y personales.

Los docentes estuvieron entre frecuentemente y siempre, se concluyó de todas las preguntas realizadas en esta dimensión que si bien la flexibilidad de tiempos ayuda a los alumnos a administrar sus horarios existen ciertas incongruencias que hacen que el docente se vea insatisfecho a la hora de administrar sus horarios y pedir al estudiante ser parte activa de su proceso de aprendizaje, lo que redundaría en una relación unilateral pasiva.

Flexibilidad de espacios

Con respecto a esta dimensión, se mantiene en frecuentemente y a veces el aprovechamiento de los espacios que ofrece la institución para realizar la trayectoria académica. En el caso de los docentes, se observa una variación entre frecuentemente y algunas veces, ya que se les brinda la oportunidad de desarrollarse en espacios fuera y dentro de universidad más, sin embargo, no se les brinda el apoyo necesario ni la divulgación suficiente para dar a conocer tales oportunidades.

VI. DISCUSIÓN

A pesar de la actitud que se verificó en los actores del contexto, no se garantiza que esa flexibilidad favorezca el desarrollo de su perfil del profesionalista, debido a los índices de grados variantes que se detectaron en cada dimensión; esto conduce a generar nuevas investigaciones, que incluyan a actores de la modalidad rígida con el fin de establecer un indicador más sobre la gestión de la flexibilidad.

VII. CONCLUSIONES

Retomando el supuesto de esta investigación, donde se infirió que la gestión institucional de la flexibilidad curricular en la DACEA, se emplea de acuerdo a la teoría de la flexibilidad curricular; sin embargo, la aplicación difiere en la práctica, ya que los actores que interactúan en este contexto conocen limitadamente los aspectos que conlleva este modelo, se comprobó de acuerdo a los resultados obtenidos, una semejanza de la teoría de la flexibilidad curricular con la gestión institucional de la DACEA en su Modelo Educativo, así mismo se observa el conocimiento reducido de los actores de este contexto, puntualizando que los docentes tienen mayor conocimiento que los alumnos en casi todos los aspectos que conlleva a la práctica la gestión institucional de la DACEA en el modelo de flexibilidad curricular.

VIII. REFERENCIAS

BARRADAS, M. (2011). *La Flexibilidad Curricular del Programa Educativo de la Licenciatura en Pedagogía*, región Xalapa, de la Universidad Veracruzana (Tesis de Maestría) Uni-versidad Veracruzana.

CAAMAL, F. y Canto P. (s.f.) *Flexibilidad Curricular: Opinión de estudiantes y docentes uni-versitarios*. X Congreso Nacional de Investigación Educativa.

DÍAZ, M. (2002). *Flexibilidad y educación superior en Colombia*, Instituto Colombiano para el Fomento y Desarrollo de la Educación Superior. [Versión Adobe Acrobat Reader] recuperado de http://aspucol.org/sitio/wpcontent/uploads/2012/03/FLEXIBILIDAD_Y_EDUCACION_SUPERIOR_EN_COLOMBIA.pdf

LÓPEZ, B., (2012). *Contexto socioeducativo*. recuperado de <http://eduenfbereniiceelamar.blogspot.mx/2012/03/contexto-socioeducativo.html>

MALVE, N. (2007). *Trabajo modelo para enfoques de investigación acción participativa programas nacionales de formación: Escala tipo Likert*. República Bolivariana de Venezuela. Ministerio de Educación Universitario. Instituto Universitario de Tecnología.

PEDROZA, R. (2001). «La flexibilidad académica en la universidad pública». *Revista de la Educación Superior*, Vol. 30, Núm. 119, Julio-septiembre, ANUIES

ESTUDIO SOBRE OPINIONES DE PARTICIPANTES EN EL PROGRAMA INSTITUCIONAL DE MOVILIDAD ACADÉMICA INTERNACIONAL: CASO DACEA

Carlos Alfredo de la Peña Cruz¹

Didora Inés Florencia Lázaro¹

Gladys Hernández Romero²

Lenin Martínez Pérez²

I. RESUMEN

Este trabajo de investigación se centra en las opiniones de los alumnos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, acerca de sus experiencias con el programa institucional de movilidad académica internacional de esta universidad. Para ello, se tomó una muestra de 15 alumnos de 29 que participaron en el programa de movilidad académica en el periodo de julio/diciembre 2015, aplicándoles una entrevista de elaboración propia que constaba con 38 preguntas relacionadas con aspectos importantes sobre su estancia en el extranjero. Los resultados mostraron situaciones tanto favorables como desfavorables en sus estancias, en las cuales los estudiantes consideran que la estancia en el extranjero los hace mejorar sus técnicas de estudio y aprendizaje, así como el dominio de otra lengua. Por otro lado, los alumnos manifiestan una inconformidad al tener que cambiar su estilo de vida para adaptarse y expresan que la universidad no les otorga los recursos necesarios para su estancia en el extranjero.

II. INTRODUCCIÓN

La movilidad académica internacional es considerada como una herramienta de aprendizaje para los alumnos de educación superior, en la cual se pretende que estos viajen a universidades de otros países para aprender sobre su método de enseñanza, su cultura, mercado laboral, entre otros factores, que puedan aportar algún conocimiento para el desarrollo profesional de los estudiantes universitarios, así mismo para que estos tengan un valor superior para empleadores frente a la competencia en el mundo globalizado que existe actualmente.

¹ Estudiante de la licenciatura en Administración de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

² Profesor-Investigador de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

La globalización es un factor importante, que impulsa a las Instituciones de Educación Superior a educar a sus alumnos para ser más competitivos, por ello se han facilitado los procesos de movilidad académica durante los últimos años. Como lo mencionan Geldres, Ribeiro de Almeida y Flander (2015) el número de estudiantes en movilidad estudiantil en América Latina en el año 2000 paso de ser poco más de 2 millones a 4.2 millones en el 2011.

Bermúdez (2015) considera que durante el periodo del 2000 al 2010 los cinco principales países receptores a nivel mundial para movilidad académica fueron Estados Unidos, Australia, Francia, Alemania y Reino Unido, conforman un poco más del 50% del flujo migratorio de los estudiantes en movilidad. Por otro lado, los países del continente asiático tales como China, Japón, Malasia, Singapur y República de Corea han tenido un incremento en el flujo de migración con motivo de estudios.

Según lo mencionan Ampudia, y Alsina Valdés y Capote; (2009) existen diferentes tipos de movilidad los cuales pueden ser físicas, virtuales o mixtas, dependiendo de la tecnología aplicada.

Los empleadores consideran una ventaja competitiva el hecho de viajar de movilidad estudiantil, ya que se adquieren no solo conocimientos de idiomas si no también experiencias en el mercado laboral de otro país.

III. OBJETIVOS Y METAS

3.1. Objetivos

- Identificar los beneficios que tiene el programa.
- Conocer el impacto académico que ha tenido la movilidad estudiantil en la DACEA.
- Conocer los motivos por los que los estudiantes deciden participar en la movilidad estudiantil.

3.2. Metas

- Realizar entrevistas a estudiantes que participaron, a fin de conocer su opinión sobre el programa.
- Consultar diversas fuentes: Informe de labores de Rectoría, libros, censos publicados por el INEGI.
- Conocer el número de estudiantes de la DACEA que han participado en este programa institucional de movilidad académica internacional.
- Elaborar gráficas a partir de los resultados de las entrevistas.

IV. MATERIAL Y MÉTODO

El presente trabajo de investigación, se realizó en la División Académica de Ciencias Económico Administrativas, perteneciente a la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, ubicada en la zona de la cultura de la ciudad de Villahermosa, Tabasco.

El criterio para aplicar la entrevista se basó en la elección de 15 de los 29 alumnos participantes del programa de movilidad académica internacional durante el periodo julio/diciembre 2015, de las carreras de administración, contabilidad y mercadotecnia.

El instrumento utilizado para la medición fue una entrevista semiestructurada de elaboración propia conteniendo 38 preguntas, las cuales tratan acerca de los aspectos básicos sobre la experiencia de los alumnos en el extranjero durante el periodo de julio/diciembre 2015.

V. RESULTADOS

A continuación, se muestran los resultados de las encuestas aplicadas a los alumnos que fueron de movilidad estudiantil en el ciclo agosto 2015/enero 2016. El total de los estudiantes señala que obtuvo beneficios académicos al haber participado en este programa (ver tabla 1).

En la tabla 2, se muestra que el 80% de los estudiantes considera que la forma de evaluar de sus profesores afectó su promedio contra el 20% que considera que su promedio no se vio afectado.

En la tabla 3, se muestra que el 86% de los participantes considera que la movilidad estudiantil le permitió enriquecer su formación profesional, en cambio el 7% considera que fue estático; sin embargo, un 7% opina que no enriquecieron su formación profesional.

El 87% de los estudiantes, considera que los recursos económicos recibidos de esta institución fueron insuficientes para solventar sus gastos (ver tabla 4).

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Muy de acuerdo	6	40%
De acuerdo	9	60%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	15	100%

PERSPECTIVAS CIENTÍFICAS EN ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

Como se observa en la tabla 5, el 94% de los entrevistados considera que los conocimientos adquiridos fueron benéficos para su desarrollo profesional contra el 6% que opina lo contrario.

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Muy de acuerdo	5	33%
De acuerdo	7	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	20%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	15	100%

En la tabla 6, se muestra que al 80% le permitió fortalecer sus técnicas de aprendizaje, en cambio un 20% conservó su técnica anterior.

En la tabla 7, se muestra que el 47% de los participantes opina haber modificado su estilo de vida, contra el 53% que respondió haber continuado con su mismo estilo de vida.

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Muy de acuerdo	6	39%
De acuerdo	7	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	7%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	1	7%
Total	15	100%

En la tabla 8, se muestra que un 40% perfeccionó algún idioma, en cambio un 60% opina lo contrario.

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Muy de acuerdo	2	13%
De acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	33%
En desacuerdo	4	27%
Muy en desacuerdo	4	27%
Total	15	100%

VI. DISCUSIÓN

Las universidades alrededor del mundo, han adoptado estrategias para facilitar la movilidad con universidades de otros países, como lo menciona Rodrigues

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Muy de acuerdo	7	47%
De acuerdo	7	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	6%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	15	100%

(2012), un periodo de estudio en el extranjero es considerado como una ventaja por los stakeholders de la educación superior y por lo tanto la fomentan, además, señala que la movilidad es un instrumento para el desarrollo individual, útil

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Muy de acuerdo	5	33%
De acuerdo	7	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	20%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	15	100%

para la economía y la sociedad ya que amplía las competencias en los campos del lenguaje y conocimiento de otras culturas lo cual conlleva a una mayor posibilidad de empleo en el mercado laboral internacional. Por otro lado, Geldres, Ribeiro de Almeida y Flander (2015) consideran que los empleadores valoran

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Muy de acuerdo	5	33%
De acuerdo	7	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	20%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	15	100%

PERSPECTIVAS CIENTÍFICAS EN ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Muy de acuerdo	4	27%
De acuerdo	2	13%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	33%
En desacuerdo	4	27%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	15	100%

la movilidad estudiantil, pero no la toman en cuenta para el reclutamiento en jóvenes recién egresados de la universidad, si no que se centran en contratar jóvenes con experiencias internacionales que involucren un aprendizaje experiencial, que son las practicas o trabajos en otro país, esto puede significar una ventaja competitiva para aquellos egresados que tengan una experiencia de trabajo internacional, contra aquellos que no la tengan.

La educación superior en México, necesita considerar en sus planes de estudios, programas que se ajusten a las exigencias sociales para consolidar valores, ampliar la percepción del mundo y fortalecer la formación académica de los estudiantes. Implementar la movilidad académica en las universidades aumentará los niveles de calidad. De acuerdo con Garam (2005) la movilidad estudiantil será útil para mejorar la competitividad de los egresados en el ámbito nacional e internacional. Durante el intercambio estudiantil, el estudiante podrá pasar por un proceso de independencia y madurez debido a que se enfrentan a un nuevo panorama sin familiares o amistades cercanas. Según Díaz (2012) quien sale de su zona de confort en el seno familiar, se expone a un ambiente propicio para el aprendizaje de nuevas habilidades y competencias.

La movilidad le permite al alumno socializar con las personas de su entorno, intercambiando ideas, cultura, proyectos, lo cual propicia a construir redes académicas. De acuerdo con Valdivia (2009) el intercambio estudiantil también ayuda a verificar cómo se aborda la propia profesión en otros lugares del mundo. En una sociedad globalizada, tener esta clase de experiencias es de gran utilidad para el futuro profesional.

Con esta modalidad el estudiante podrá saber cómo se desarrolla su carrera en diferentes escenarios, lo cual le permitirá adquirir conocimientos para enriquecer su curriculum. Para satisfacer las necesidades sociales se requiere de profesionistas con una formación de calidad, que sean capaces de resolver problemas de manera eficiente. Al respecto, Díaz (2012) plantea que las personas que han vivido esta experiencia en su juventud tienen ventajas sobre los que no lo han hecho, son capaces de desarrollarse mejor profesionalmente, tienen mayores habilidades interculturales, se hallan más comprometidos con su país y su sociedad, tienen mayor tolerancia a la frustración y cuentan con mayor sensibilidad hacia personas y grupos.

Los estudiantes, al conocer otros métodos de enseñanza, pueden cambiar su cronograma de estudio, lo cual implica que hagan un mayor esfuerzo para resolver sus dificultades académicas. Por otra parte, Cordera y Santamaría (2008) afirman que las diferencias organizativas en cuanto a planes de estudio, a sistemas de calificación, a métodos de superación de las materias cursadas por los estudiantes, etc. son muy elevadas, aun entre las universidades de un mismo país. La situación es todavía más complicada cuando se trata de universidades de diferentes países.

VII. CONCLUSIÓN

La movilidad estudiantil forma parte de la estructura del campo académico, la cual implica que exista una cooperación internacional para que los estudiantes contribuyan al progreso tanto de su país de origen, como al del receptor, estableciendo objetivos similares y afirmando un beneficio en común. Debido a las preguntas hechas a los estudiantes durante esta investigación, se da a conocer lo que ellos consideran más importante durante la estancia en extranjero, dando un punto de vista interno acerca de lo que ocurre en estos viajes de experiencia y estudio.

Cabe resaltar, que lo más impactante durante la movilidad estudiantil internacional, es el hecho de tener que adaptarse a las situaciones que pueden ser diferentes según el país, debido a que el idioma local y la tasa de cambio de la divisa de ese país son distintos a los nuestros.

Sin embargo, se puede apreciar que los alumnos toman este cambio al final, como algo positivo en sus vidas, ya que cambian sus técnicas de estudio y su forma de aprendizaje, además de adquirir conocimientos de culturas de otros países; los cuales, junto con la experiencia, son un factor determinante sobre otros competidores en la selección de personal.

La movilidad estudiantil internacional busca mejorar la calidad de los estudiantes para que puedan desempeñarse en el campo laboral de manera eficiente, siendo trabajadores competitivos y ciudadanos comprometidos con el desarrollo económico, político, social y académico del país.

VIII. REFERENCIAS

AMPUDIA Rueda, V; Alsina Valdés y Capote, J; (2009). *La internacionalización de la educación superior: estandarización de criterios para objetos de aprendizaje interactivos*. Reencuentro, 54 111-122. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34012025011>

BERMÚDEZ Rico, R E; (2015). *La movilidad internacional por razones de estudio: Geografía de un fenómeno global*. Migraciones Internacionales, 8(1) 95-125. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15132994004>

CORDERA C., R. y Santamaría A., R. (2008). *Internacionalización, autonomía y calidad de la Educación superior: Elementos para la integración de América Latina y el Caribe.*

Universidades, LVIII (37) 69-76. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=37311274006>

DÍAZ, E. (2012). *Los intercambios estudiantiles internacionales.* Recuperado de: <http://esquema.com.mx/los-intercambio-estudiantiles-internacionales/>

FLANDER, A; Geldres, V; y Ribeiro de Almeida, M; (2015). «Movilidad internacional de estudiantes y empleabilidad. La visión de los empleadores». *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS*, 10 (30) 113-141. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=92441742004>

GARAM, Irma (2005). *Study on the Relevance of International Study Mobility to Work and Employment*, Opiniones de empresarios finlandeses sobre los beneficios de estudiar y trabajar en el extranjero. Centre for International Mobility (CIMO).

RODRÍGUES, M. (2012). *Determinants and Impacts of Student Mobility: A Literature Review.* Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2 <https://crell.jrc.ec.europa.eu/sites/default/files/MobilityRodrigues.pdf>

VALDIVIA, M. (2009). *Beneficios de estudiar un intercambio académico en el extranjero.* Repositorio Digital Institucional. Recuperado de: <http://www.repositoriodigital.ipn.mx/handle/123456789/3914>

APOYO A EXPORTACIONES NO PETROLERAS: PROCESO DE FINANCIAMIENTO MEDIANTE LA DEVOLUCION DE IMPUESTOS AL COMERCIO EXTERIOR

Germán Martínez Prats¹
Cecilia García Muñoz Aparicio²
María del Carmen Navarrete Torres³
Olga Beatriz Sánchez Rosado⁴
Javier Jiménez Tecillo⁵

RESUMEN

El objetivo de este trabajo consiste en identificar los beneficios de los programas de fomento al comercio exterior, los cuales son instrumentos que permiten apoyar al sector exportador a través de diferentes trámites administrativos, aduanales, y de tipo fiscal, así como devoluciones de impuestos, entre otros. Estos son regulados por la Secretaría de Economía, por lo tanto se deben considerar como instrumentos de financiamiento, y así poder lograr determinar si dichos programas están siendo aprovechados por empresas que realizan actividades de comercio exterior; dentro de estos programas la investigación se enfocará al programa ALTEX el cual es un instrumento de promoción a las exportaciones de productos mexicanos, destinado a apoyar su operación mediante facilidades administrativas y fiscales (Secretaría de Economía, 2016). La metodología utilizada es de tipo cualitativo con la construcción o generación de una teoría a partir de una serie de proposiciones extraídas de un cuerpo teórico que servirá de punto de partida al investigador, para lo cual es necesaria una muestra teórica conformada por uno o más casos (Martínez, 2006). Como resultados se puede proponer la difusión de dicho programa para que la operación pueda hacerse más fácil a las empresas que han sido clasificadas como empresas altamente exportadoras. Acorde al Decreto Altex (Diario Oficial de la Federación, 1995) para que una empresa sea registrada como empresa altamente exportadora tendrá que cumplir con los requisitos establecidos en el programa y comprobar un nivel de ventas al exterior.

Palabras claves: Exportar. ALTEX. Proyecto de inversión.

1 germanmtzprats@hotmail.com

2 flamingoss@hotmail.com

3 mallynav@hotmail.com

4 betytab@hotmail.com

5 tecillo@yahoo.com

I. INTRODUCCIÓN

El programa de Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX), fue establecido en 1990, ha constituido ser un instrumento eficaz en la eliminación de obstáculos administrativos a favor del sector industrial, lo cual beneficia no sólo en la simplificación de trámites, sino en mayor liquidez para este sector de la economía mexicana. Dicho programa se ha derivado de la concertación entre la Secretaría de Economía y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y es considerado como uno de los logros más importantes para este programa, ya que las empresas ALTEX obtienen la devolución de saldos a favor del IVA por concepto de exportaciones en un plazo aproximado de 5 días hábiles. Adicionalmente, este programa ofrece otros beneficios, dentro de los cuales se encuentra el acceso gratuito al Sistema de Información Comercial administrado por esta Secretaría (Secretaría de Economía, 2016a).

El acceso al programa de apoyo al comercio exterior de la Secretaría de Economía, denominado de Empresas Altamente Exportadoras ALTEX, no es fácil, sin embargo ofrece apoyos de tipo fiscal, comercial y financieros, a través del sistema de créditos del Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C.

La determinación de una empresa como es llevar a buen término este proyecto está basado en su experiencia en el área agrícola comercial, así como en el deseo de cualquier empresa de llevar sus productos a un nivel de competencia en cualquier mercado internacional, y así poder consolidarse como empresa altamente exportadora ALTEX, pudiendo acceder de esta manera a los siguientes apoyos de acuerdo al decreto para el fomento y operación de empresas altamente exportadoras de acuerdo al Diario Oficial de la Federación (1995):

ARTÍCULO 11.- En materia fiscal y aduanera, las Empresas Altamente Exportadoras gozarán de:

- I.- Los beneficios del Programa de Devolución Inmediata para Contribuyentes Altamente Exportadores, cuando obtengan saldo a favor en sus declaraciones provisionales del Impuesto al Valor Agregado;
- II.- La exención del requisito de segunda revisión de las mercancías exportadas en la aduana de salida, siempre y cuando éstas hayan sido despachadas en una aduana interior, y
- III.- La posibilidad de nombrar a un apoderado aduanal para varias aduanas y diversos productos, previa autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público."

ARTÍCULO 12.- El Banco Nacional de Comercio Exterior implementará apoyos financieros específicos para las empresas altamente exportadoras.

ARTÍCULO 13.- La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial cancelará el registro correspondiente a aquellas empresas que no cumplan con las obligaciones, compromisos y condiciones establecidos o contraídos

en el mismo, sin perjuicio de las sanciones que procedan conforme a las disposiciones aplicables.

II. OBJETIVOS Y METAS

Objetivo General

Identificar los beneficios de los programas de fomento al comercio exterior, en empresas tabasqueñas para acceder al sector exportador a través de diferentes trámites administrativos, aduanales, y de tipo fiscal, así como devoluciones de impuestos, entre otros.

Objetivos Específicos

- Elaborar un manual que contenga los beneficios, ventajas y forma de acceder a este tipo de programas que otorga el gobierno mexicano.
- Establecer un sistema de promoción al comercio exterior en el Estado de Tabasco.

Metas

- Difundir los programas entre los empresarios a los cuales pueden acceder los empresarios tabasqueños en materia de comercio exterior.
- Socializar los resultados entre los estudiantes para que estos conozcan los programas gubernamentales que apoyan a las empresas para el desarrollo en el comercio exterior.

III. MARCO TEÓRICO.

De acuerdo con Gitman (2003) las finanzas son como el arte y ciencia de administrar el dinero y afectan directamente la vida de toda persona y organización, como es la vida laboral en cualquier área de estudio; la meta principal de toda compañía es acrecentar al máximo la riqueza de los propietarios para quienes se operan las empresas. En relación a las empresas de participación pública, se manifiesta en el precio de las acciones, y se considera que las principales actividades del administrador financiero, son el análisis y la planeación financiera, así como la toma de decisiones de inversión y financiamiento.

Caparelli (2003) afirma que la función de las finanzas existe de manera independiente del tamaño de la empresa, sea ésta unipersonal o una gran empresa multinacional. Si es una empresa unipersonal, dirigida, administrada y operada directamente por su propietario, la función finanzas se encontrará localizada en una parte del cerebro del empresario. Si el caso es el de una gran empresa, con un gran número de empleados, la información y las decisiones financieras serán procesadas por algún departamento especializado en la función.

El proyecto de inversión desde una perspectiva universal, es como una intervención en un medio para dar solución a una problemática existente y lograr un cambio deseado. Dicho problema se puede observar como una limitación o un exceso de un bien y/o servicio (Andia, 2010).

El análisis costo-efectividad de un proyecto, se fundamenta en la comparación de la estimación de los beneficios medidos en unidades naturales, físicas y empíricas contra el valor monetario de los costos de la intervención (Hernández y Ramírez, 2013 citado a Musgrove y Fox-Rushby, 2006).

Los riesgos financieros se asocian a los productos y servicios que se pueden adquirir en los mercados financieros, de donde las empresas obtienen los recursos o los colocan. Relacionados además, a realizar estrategias que permitan reducir o mitigar los riesgos. Los principales son: el riesgo de mercado, riesgo de crédito, riesgo de liquidez y riesgo operacional. Las entidades financieras tienen como objetivo primordial el control de los riesgos financieros a los que se enfrentan, siendo el riesgo de crédito y el riesgo de mercado los más importantes. La evolución de los estudios sobre la medición y control de estos riesgos es desigual, debido a que los estudios sobre el riesgo de mercado están muy avanzados, mientras que el riesgo de su reputación u operacional no. En finanzas, suele entenderse el riesgo como la posibilidad de enfrentar pérdidas, de igual manera, debe entenderse como la probabilidad de observar rendimientos distintos a los esperados (Lizarzaburu, Berggrun, y Quispe, 2012).

Con el persistente déficit en la balanza en cuenta corriente, el gobierno mexicano, durante los años 50 y 60, se preocupó en implementar diversas políticas comerciales a favor de las exportaciones mexicanas. Para esto se necesitaba establecer quién sería el encargado de implementar estas medidas y regularlas y es en 1948 la Secretaría de Economía es facultada para promover diversos controles a la importación y a la exportación que estaban dispersos en varias secretarías, con el objeto de proteger a la industria nacional (Martínez 2014, citando a Consejo Mexicano de Comercio Exterior s.f).

El Gobierno Federal publicó el 1 de noviembre de 2006 el Decreto para el Fomento de la Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación (Decreto IMMEX), con el objetivo de fortificar la competitividad del sector exportador mexicano, y conceder certidumbre, transparencia y continuidad a las operaciones de las empresas, obligando los factores de cumplimiento y simplificándolos; permitiéndoles adoptar nuevas formas de operar y hacer negocios; disminuyendo sus costos logísticos y administrativos; modernizando, agilizando y reduciendo los trámites, con el fin de elevar la capacidad de fiscalización en un entorno que aliente la atracción y retención de inversiones en el país (Secretaría de Economía, 2016b). Constituye un instrumento mediante el cual se permite importar de forma temporal los bienes necesarios para ser utilizados en un proceso industrial o de servicio destinado a la elaboración, transformación o reparación de mercancías de procedencia extranjera importadas

temporalmente para su exportación o a la prestación de servicios de exportación, sin cubrir el pago del impuesto general de importación, del impuesto al valor agregado y, en su caso, de las cuotas compensatorias.

Los programas de fomento al comercio exterior son instrumentos que admiten apoyar al sector exportador a través de diferentes facilitaciones, los cuales pueden ser trámites administrativos, aduanales, etc. éstos son regulados por la Secretaría de Economía, quién se ha encargado de manejarlos con criterios de justicia, transparencia, imparcialidad, así como tratar estos procedimientos con una importante simplificación operativa. Al emplear estos programas también se mejoran el desarrollo institucional de México, y un desarrollo importante para los consumidores y productores en generales; por el lado de los consumidores, debido a que el hecho de que las empresas hagan uso de dichos programas contribuye a que la población tenga el acceso a determinados productos de una manera más fácil y así ampliar su campo de elección de consumo; en cuanto a las empresas el beneficio inmediato que adquieren está representado por una incursión o por una permanencia en el mercado internacional gracias a los beneficios que se obtienen para facilitar este proceso, asimismo la industria nacional tiene la facilidad de contar con insumos de precios competitivos y así mejorar sus costos y generar sus bienes o servicios de una manera más competitiva (De la Rosa y Vargas , 2009).

Bancomext como instrumento del Gobierno Federal responsable del apoyo a las empresas mexicanas, especialmente las pequeñas y medianas, relacionadas de manera directa e indirectamente con la exportación, ha tenido como sus principales objetivos, los de auxiliar a incrementar las exportaciones, incorporar a más empresas a la cadena de exportación, así como atraer inversión extranjera, mediante programas que combinan apoyos financieros y promocionales. El apoyo al comercio exterior ha estado ligado a Bancomext desde su creación en 1937, no solamente en la parte financiera sino también en lo que respecta a proporcionar servicios que sirvan para la incursión de empresas en los mercados internacionales. Al informar la creación de la Institución en el Segundo Informe de Gobierno del Presidente Lázaro Cárdenas del Río, se señaló que se conformaría un Banco destinado a impulsar la exportación y que desempeñaría las funciones de crédito y algunas otras conexas, tales como la administración de la información para los exportadores sobre los mercados internacionales, los precios, la clasificación de las mercancías y las formas aprobadas de presentación y embalaje, y también el servicio de intermediación financiera cuando fuere forzosos (Bancomext, 2007)

Los beneficiarios del Programa ALTEX son:

- Personas físicas o morales establecidas en el país productoras de mercancías no petroleras que demuestren exportaciones directas por un valor de dos millones de dólares o equivalentes al 40% de sus ventas totales, en el período de un año.

PERSPECTIVAS CIENTÍFICAS EN ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

- Personas físicas o morales establecidas en el país productoras de mercancías no petroleras que demuestren exportaciones indirectas anuales equivalentes al 50% de sus ventas totales.
- Empresas de comercio exterior (ECEX), con registro vigente expedido por esta Secretaría.
- Exportadores directos e indirectos podrán cumplir con el requisito de exportación del 40% o dos millones de dólares, sumando los dos tipos de exportación. Para tal efecto, de las exportaciones indirectas únicamente se considerará el 80% de su valor; y sus beneficios son: devolución de saldos a favor del IVA, en un término aproximado de cinco días hábiles, acceso gratuito al Sistema de Información Comercial administrado por la Secretaría de Economía (SE), exención del requisito de segunda revisión de las mercancías de exportación en la aduana de salida cuando éstas hayan sido previamente despachadas en una aduana interior y facultad para nombrar a un apoderado aduanal para varias aduanas y diversos productos.
- Para poder gozar de dichos beneficios, los usuarios de este programa estarán obligados a presentar, ante las Dependencias de la Administración Pública Federal correspondientes, una copia de la Constancia ALTEX expedida por esta Secretaría y, en su caso, la ratificación de vigencia (Secretaría de Economía, 2016^a).
- Dentro de los principales productos financieros que ofrece BANCOMEXT y que fueron aplicados en este caso son los siguientes:
- Capital de Trabajo. Créditos destinados a apoyar las necesidades financieras de las empresas para llevar a cabo actividades productivas relacionadas con el comercio exterior y la generación de divisas.
- Equipamiento: Apoyos para la adquisición de maquinaria y equipo, nuevo o usado, ya sea de origen nacional o de importación, con el fin de crecer y modernizar la planta productiva nacional.
- Desarrollo de Infraestructura Industrial. Financiamiento para el desarrollo de infraestructura industrial y la construcción o adquisición de naves industriales, mediante el anticipo del flujo proveniente de las rentas de contratos de arrendamiento de naves industriales.
- Proyectos de Inversión. Financiamiento de proyectos de más de 3 millones de dólares destinados a la construcción, implantación, adecuación, ampliación o modernización de instalaciones productivas y bodegas de almacenamiento, incluyendo la adquisición de maquinaria y equipo, así como proyectos turísticos de inversión.
- Corporativo. Apoyo a las necesidades financieras de las empresas corporativas para que lleven a cabo sus operaciones.

- Estructurado. Esquemas de ingeniería financiera que permiten atender las necesidades específicas de los proyectos en los que participan empresas mexicanas, considerando el riesgo crediticio asociado con un activo o conjunto de activos. Esto les permite competir en licitaciones públicas, tanto en México como en el extranjero.
- Sindicado. Instrumento diseñado para la distribución de riesgos en operaciones de financiamiento, que cuenten con intereses comunes entre entidades distintas y confíen la gestión de un crédito concedido conjuntamente a un banco agente.
- Financiamiento a PyMEs Exportadoras e Importadoras. Mediante intermediarios financieros, se ofrecen apoyos a empresas o personas físicas con actividad empresarial exportadora e importadora, directa o indirecta.
- Cartas de Crédito. Son el medio de pago más confiable para actividades relacionadas con el comercio exterior, y se ofrecen en sus modalidades de Exportación, Domésticas, Importación, Stand by y Garantías Contractuales.

IV. MÉTODO

Se utilizó una metodología de tipo cualitativo con la construcción o generación de una teoría a partir de una serie de proposiciones extraídas de un cuerpo teórico que servirá de punto de partida al investigador, para lo cual es necesaria una muestra teórica conformada por uno o más casos (Martínez, 2006). Así mismo, en esta investigación se presenta la descripción y el análisis de los beneficios de los programas de fomento al comercio exterior, los cuales constituyen instrumentos que permiten apoyar al sector exportador a través de diferentes trámites administrativos, de tipo fiscal, entre otros con un análisis documental.

V. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Como parte final de este proyecto de investigación y con base a la información obtenida de la SE, se consideró la necesidad de difundir un programa de desarrollo de las exportaciones en el estado de Tabasco y de acuerdo al artículo 11 del Diario Oficial de la Federación (1995) se intenta crear un precedente de éxito entre los productores agrícolas de Tabasco para poder fomentar el estado de Tabasco como una región con potencial en la parte exportadora agrícola, lo cual podría beneficiar tanto en la parte económica como social en esta región de nuestro país.

En la zona exportadora agrícola, se aplicara un programa de promoción a las Exportaciones para que los productores pudieran conocer los reconocimientos y requisitos para entrar al programa de apoyo ALTEX, ya que al conservar el 100%

de la ventas de exportación, se abarcara con uno de los principales requisitos de exportar directamente productos no petroleros, generando dos situaciones favorables, primero, acceder al crédito con el Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C. a través de los apoyos expeditos e inmediatos para las empresas ALTEX, y segundo, en materia comercial, poder contar con todos los apoyos de la Secretaría de Economía en materia de promoción a la exportaciones, así como la asesoría en materia de logística de exportación, contando con uno de los principales beneficios fue el beneficio fiscal, como es el proceso de devolución de IVA a través del programa ALTEX, el cual lo devuelve en un periodo máximo a cinco días hábiles, teniendo todo el IVA generado de las compras en territorio nacional, a favor del contribuyente, con lo cual se le apoya para que pueda cumplir con sus compromisos financieros, con los que se puede concluir que en este caso que el programa de apoyo al comercio exterior ALTEX, beneficiará al exportador en los tres rubros principales que menciona el decreto del mismo: en materia fiscal y aduanera, de acuerdo al Diario Oficial de la Federación (1995): devolución Inmediata para Contribuyentes Altamente Exportadores, cuando obtengan saldo a favor en sus declaraciones del impuesto al Valor Agregado; exención del requisito de segunda revisión de las mercancías exportadas en la aduana de salida, siempre y cuando éstas hayan sido despachadas en una aduana interior, y la posibilidad de nombrar a un apoderado aduanal para varias aduanas y diversos productos, previa autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

VI. BIBLIOGRAFÍA

ANDIA, W. (2010). *Proyectos de inversión: Un enfoque diferente de análisis*. Industrial Data, 13(1) pp. 28-31.

ARIAS, Rave y Castaño (2006), *Metodologías para la medición del riesgo financiero en inversiones*. Scientia Et Technica, Diciembre, 275-278.

BANCOMEXT (2007). *Transmisión de la Actividad Promocional del Comercio Exterior y la Atracción de Inversión Extranjera Directa al Fideicomiso ProMéxico*. Memoria Documental sobre la Transmisión de la Actividad Promocional del Comercio Exterior y la Atracción de Inversión Extranjera Directa al Fideicomiso ProMéxico

BANCOMEXT (2014). *Productos y servicios*. Cuando crecemos afuera, crecemos adentro. Disponible: http://www.bancomext.com/wp-content/uploads/2014/07/Productos_Servicios_Bmxt.pdf

CAPPARELLI (2003). *Diseño de Estrategias de Financiamiento*. Disponible en: <http://www.ucu.edu.uy/Facultades/CienciasEmpresariales/RevistaFCE/revista4/pdf/Book01.pdf>

DE LA ROSA, K.V. y Vargas, R. E. (2009). *Los Programas de Fomento al Comercio Exterior como elemento Competitivo de las Empresas en San Luis Potosí*. Tesis de licenciatura de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Diario Oficial de la Federación (1995). Decreto Altex .disponible en: <http://www.iccmex.mx/documentos/publicos/2010/marzo/diplomado%20ci2010/materiales/Material/IDCI%20Decreto%20ALTEX.doc>

GITMAN (2003). *Principios de Administración Financiera*. 10ma. Ed. Pearson Educación. México.

HERNÁNDEZ, M. y Ramirez, E. (2013). *Evaluación de proyectos de inversión con beneficios intangibles: aplicación del modelo costo - efectividad en la prevención del cáncer cervicouterino*. *Ciencia y Sociedad*, 38(1). pp. 115-139.

LIZARZABURU, E. R., Berggrun, L. y Quispe, J. (2012). *Gestión de riesgos financieros. Experiencia en un banco latinoamericano*. *Estudios Gerenciales*, 28 (125), pp. 96-103.

MARTÍNEZ, G. (2014). *Aplicación del Programa de apoyo al comercio exterior, a un Proyecto de inversión para la exportación de piña en la finca ubicada en el municipio de Huimanguillo, Tabasco*. Soy competitivo. CNN.

Martínez, P. C. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica, *Pensamiento & Gestión*, 20, pp. 165-193

Secretaría de Economía (2016a). *Empresas Altamente Exportadoras*. Recuperado: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/comunidad-negocios/industria-y-comercio/instrumentos-de-comercio-exterior/altex>

Secretaría de Economía (2016b). *Industria manufacturera, maquiladora y de servicio de exportación (INMEX)*.disponible: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/comunidad-negocios/industria-y-comercio/instrumentos-de-comercio-exterior/immex>

IMPORTANCIA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA (CYT) EN LA VIDA ACADÉMICA DE LOS ESTUDIANTES

Carlos David Zetina Pérez¹
Karla Cristina Avendaño Rodríguez¹
Deneb Elí Magaña Medina¹
Enrique Roberto Peralta Mazariego¹

I.RESUMEN

Después de la segunda guerra mundial ha quedado demostrada la importancia de la ciencia y tecnología en la vida cotidiana y su impacto en el desarrollo de los países ya que es considerada base del desarrollo económico. Hace casi un siglo, las instituciones incluyeron en sus curriculums, materias de ciencia y no han logrado interesar a los jóvenes hacia estos temas. Se utilizó el método de investigación documental y se analizaron investigaciones relacionadas con el tema la importancia de la Ciencia y Tecnología (CyT) en la vida académica de los estudiantes con el objetivo de identificar la importancia de la CyT en la vida académica de los estudiantes. Entre los resultados se observó que el proceso de enseñanza aprendizaje es fundamental para desarrollar el interés por la ciencia, sin embargo se demuestra que los estudiantes ya tienen una actitud positiva hacia la ciencia, por lo que es necesario preservarla e incrementarla y los centros educativos son fundamentales para motivar a los estudiantes a continuar con su interés por la ciencia, por ello los profesores deben estar mejor preparados y ser más creativos.

Palabras clave: Actitudes. Ciencia y tecnología. Estudiantes.

II.INTRODUCCIÓN

Después de la segunda guerra mundial ha quedado demostrada la importancia de la Ciencia y Tecnología (CyT) en la vida cotidiana y su impacto en el desarrollo de los países.

La sociedad del conocimiento es considerada la base del desarrollo económico, poniendo mayor énfasis en la importancia de la enseñanza de la CyT como instrumento esencial no sólo para la formación de los científicos, sino también

¹Profesor-Investigador de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Dirección para recibir correspondencia: carzeti@hotmail.com

para fomentar los conocimientos y competencias básicas, las aptitudes prácticas y el espíritu crítico de los niños, los jóvenes y los adultos, (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2006).

III. OBJETIVO

Identificar la importancia de la CyT en la vida académica de los estudiantes.

IV.MÉTODO

Se realizó una investigación documental expositiva o revisión analítica de la literatura de acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2010, pp.50) se analizaron investigaciones relacionadas con el tema la importancia de la CyT en la vida académica de los estudiantes.

Desarrollo: La ciencia y la tecnología en los jóvenes.

Hace casi un siglo las instituciones educativas como parte de una educación moderna introdujeron en el currículo la enseñanza de disciplinas científicas y tecnológicas, con el propósito de interesar a los estudiantes en temas relacionados con la CyT; sin embargo, después de tanto tiempo no se ha logrado identificar porque los jóvenes prefieren estudiar carreras que no están directamente relacionadas con la CyT. Existen investigaciones (James y Smith 1985; Penick y Yager 1986) que demuestran que los niños tienen mayor interés y curiosidad por el mundo científico pero este interés decrece y se mantiene regularmente bastante bajo a lo largo del periodo escolar (Furio y Vilches 1999).

La investigación didáctica detecta que la falta de interés y las actitudes negativas de los estudiantes hacia la CyT son hoy el principal problema de la educación científica que trae como consecuencia conocimientos deficientes y escasos jóvenes interesados en desarrollar su vocación científica, situaciones que limitan el progreso de los sistemas de CyT en los países en vías de desarrollo (Fensham, 2004).

En un estudio realizado por Fundación BBVA (2012), en algunos países de Europa y Estados Unidos se encontró que los entrevistados demuestran mayor interés en temas de salud, medio ambiente y economía por encima de los temas científico, el grado de interés declarado hacia la ciencia es más alto que el nivel de información que reportan.

Actitudes hacia la ciencia y la tecnología

Harlen (1989) define la actitud como el estado de preparación o predisposición ante ciertos objetos o situaciones y distingue cuatro tipos de actitudes: 1) hacia las ciencias, 2) actitud en la actividad científica, 3) actitud hacia el medio ambiente y 4) actitud por la salud.

Si la persona hace una evaluación positiva hacia un determinado objeto, entonces su actitud hacia ese objeto es positiva o favorable, esperándose también que sus manifestaciones de conducta (respuestas) hacia dicho objeto sean en general favorables o positivas; mientras que si la evaluación es negativa o en contra del objeto, las actitudes serán negativas o desfavorables (Hannula, 2002; Gómez-Chacón, 2005).

Relich y Way (1994) señalan que los profesores con actitudes negativas, inseguridad, falta de conocimientos y disgusto hacia las enseñanzas de las matemáticas fomentan en los estudiantes sentimientos semejantes a los suyos. Por el contrario, profesores con actitudes positivas utilizan métodos que animan a la iniciativa y a la independencia, centrándose en el descubrimiento y provocando en los estudiantes gusto y confianza hacia la asignatura (Karp, 1991). Para muchos estudiantes la ciencia en la educación obligatoria es sinónimo de desilusión y desencanto, la perciben como difícil, irrelevante, poco atractiva y que no conecta con sus intereses y experiencias (Vázquez, Acevedo y Manassero, 2005) y en parte eso se debe a la motivación e interés que el profesor logra ejercer en los educandos más que su competencia como docente (Auzmendi, 1991). Navarro y Forster (2012) mencionan que cuando los estudiantes tienen escasos logros en ciencia en la escuela se traduce en una baja comprensión científica de adulto y un distanciamiento del mundo impregnado de CyT.

Impacto del interés por la ciencia y la tecnología en el aula

En el estudio realizado por la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) a jóvenes y su actitud sobre la ciencia muestra diferencias significativas entre aquellos que tienen un menor y un mayor índice de consumo de información científica, mostrando un crecimiento regular y creciente sobre sus notas, actitudes positivas hacia las clases de ciencia y valoración de las actividades de clase verificando que a mayor consumo informativo mejores resultados académicos (Polino 2011).

Por su parte Leyton, Sánchez y Ugalde (2010) mencionan que el percibir las clases de ciencias fáciles e interesantes afecta positivamente y de forma significativa las oportunidades de dedicarse a una carrera científica o a la aplicación del conocimiento científico, este tipo de variables tiene que ver con las prácticas pedagógicas dentro del aula.

Menciona García, Ortega y Moreno (2016) que si un estudiante adopta un planteamiento de estudio más profundo tiende a considerar más interesante la asignatura, le asignan más utilidad para su futuro profesional, y presentan menos ansiedad ante la asignatura. En cambio cuando el estudiante adopta un planteamiento más superficial, la actitud previa es más problemática, ya que presenta un menor nivel de interés y un aumento ligero en la ansiedad y poca utilidad a la asignatura.

V. DISCUSIÓN

El problema de los maestros y su falta de interés pedagógico por enseñar las ciencias está directamente relacionado con el cúmulo de nuevas responsabilidades a las que hay que dar respuesta en la escuela, es comprensible la postura de un número, cada vez mayor, de profesores que considera que no vale la pena intentar innovaciones en las clases de ciencias, porque aprender ciencias no es tan importante y redituable como otras cosas (Martín-Díaz, Gutiérrez y Gómez, 2013).

Pelcastre, Gómez y Zavala (2015) concluyen que el proceso de enseñanza aprendizaje es fundamental para desarrollar el interés por la ciencia, sin embargo se demuestra que los estudiantes ya tienen una actitud positiva hacia la ciencia, por lo que es necesario preservarla e incrementarla. Algunos autores señalan (Skrok, 2007; Vázquez, Magaña y Aguilar, 2014) que el profesor es un elemento clave en la motivación del estudiante y el interés por la ciencia.

VI. CONCLUSIONES

El profesor es esencial en el interés por las ciencias de los alumnos de los diferentes niveles educativos, por lo que es necesario mejorar la pedagogía de las materias que tienen contenido científico con el fin de interesar más a los jóvenes como dice Mellado, et al. (2014), menciona que es necesario provocar emociones positivas con actividades y temas de ciencia, lo que favorece el aprendizaje y el compromiso de los estudiantes como aprendices activos.

Se concluye en base a los estudios ya mencionados que la sociedad necesita la ciencia para tener mejor calidad de vida, siendo un elemento importante para el desarrollo económico de un país. Con respecto a los estudiantes, se demuestra que aquellos que muestran interés por la ciencia tienen mejores logros durante su vida académica, siendo capaces de afrontar con mayor facilidad los problemas de la vida cotidiana, además de ser más sensibles hacia los impactos sociales y ambientales derivados de la CyT, también les permite participar activamente en la vida democrática de su país. Por parte de los centros educativos, el proceso de enseñanza aprendizaje es fundamental para motivar a los estudiantes a continuar e incrementar su interés por la ciencia, por ello los profesores deben estar mejor preparados y ser más creativos al impartir las asignaturas relacionadas con CyT.

VII. REFERENCIAS

- AUZMENDI, E. (1992). *Las actitudes hacia la matemática estadística en las enseñanzas medias y universitarias*. Bilbao: Mensajero.
- FENSHAM, P. (2004). *Beyond Knowledge: Other Scientific Qualities as Outcomes for School Science Education*, en Janiuk, R.M. y Samonek-Miciuk, E. (ed.). *Science and Technology*

Education for a Diverse World – dilemmas, needs and partnerships. International Organization for Science and Technology Education (IOSTE) XIth Symposium Proceedings (pp. 23-25). Lublin, Poland: Maria Curie-Sklodowska University Press.

Fundación BBVA (2012). *Estudio internacional de Cultura Científica de la Fundación BBVA*. Recuperado de http://www.fbbva.es/TLFU/dat/Cultura_cientifica_-_Nota_larga_-_07-05__2__FINAL_.pdf

FURIO, C. y Vilches, A. (1999). *Ciencia, Tecnología, Sociedad: Implicaciones en la Educación Científica para el Siglo XXI*. La Habana: Academia. Versión electrónica en Sala de Lecturas GTS+I de la OEI en <http://www.oei.es/salactsi/ctseducacion.htm>

GARCÍA, A., Ortega, I. y Moreno, E. (2016). *Actitud hacia la matemática y el rol de las TIC en los procesos de enseñanza aprendizaje*. Una aproximación para la definición de un modelo teórico. *European Journal of Education Studies*, 1, (2), 102-118. recuperado de https://www.academia.edu/24381309/ACTITUD_HACIA_LA_MATEM%C3%81TICA_Y_EL_ROL_DE_LAS_TIC_EN_LOS_PROCESOS_DE_ENSE%C3%91ANZA_APRENDIZAJE_UNA_APROXIMACI%C3%93N_PARA_LA_DEFINICI%C3%93N_DE_UN_MODELO_TE%C3%93RICO_ATTITUDE_TOWARD_MATHEMATICS_AND_THE_ROLE_OF_ICT_IN_TEACHING_LEARNING_PROCESS._AN_APPROACH_TO_THE_DEFINITION_OF_A_THEORETICAL_MODEL_

GÓMEZ Chacón, I. (2005). *Matemática emocional. Los afectos en el aprendizaje matemático*. España: Narcea.

HANNULA, M. (2002). *Attitude towards mathematics emotions, expectations and values*. *Educational Studies in Mathematics*, 49(1). Doi: 10.1023/A:1016048823497

HARLEN, W. (1989). *Enseñanza y aprendizaje de las ciencias*. Madrid: Morata

HERNÁNDEZ, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: D.F.

JAMES, R. y Smith, S. (1985). *Alienation of Students from Science in Grades 4-12*. *Science Education*. 69(1), 39-45 Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/sce.3730690105/abstract?systemMessage=Wiley+Online+Library+will+be+unavailable+on+Saturday+30th+July+2016+from+08%3A00-11%3A00+BST+%2F+03%3A00-06%3A00+EST+%2F+15%3A00-18%3A00+SGT+for+essential+maintenance.Apologies+for+the+inconvenience.>

KARP, K. (1991). *Elementary school teachers attitudes towards mathematics: the impact on students autonomous learning skills*. *School Science and Mathematics*, 91(6), 265-270. Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1949-8594.1991.tb12095.x/pdf>

LEYTON, D., Sánchez, C. y Ugalde, P. (2010). *Estudio percepción de los Jóvenes sobre la Ciencia y Profesiones científicas*. Recuperado de http://www.conicyt.cl/documentos/estudio/Estudio_Jovenes_ciencia202010.pdf

MARTÍN-Díaz, M., Gutiérrez, M. y Gómez, M. (2013). «¿Por qué existe una falla entre la

innovación e investigación educativa y la práctica docente?» *Revista Iberoamericana de ciencia, tecnología y sociedad*. 22(8), 11-31. Recuperado de <http://www.revistacts.net/files/Volumen%208%20-%20N%C3%BAmero%2022/22completoDEF.pdf>

MELLADO, V., Borrachero, A., Brígido, M., Melo, L.V., Dávila, M.A., Cañada, F., Conde, M.C., Costillo, E., Cubero, J., Esteban, R., Martínez, G., Ruiz, C., Sánchez, J., Garritz, A., Mellado, L., Vázquez, B., Jiménez, R., Bermejo, M. L. (2014). *Las emociones en la enseñanza de las ciencias*. *Enseñanza de las Ciencias*, 32(3), 11-36. Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/Ensenanza/article/viewFile/287573/375726>

NAVARRO, M. y Forster, G. (2012). «Nivel de alfabetización científica y actitudes hacia la ciencia en estudiantes de secundaria: comparaciones por sexo y nivel socioeconómico. Pensamiento educativo». *Revista de investigación Educativa Latinoamericana*, 49(1), 1-17. Recuperado de <http://pensamientoeducativo.uc.cl/files/journals/2/articles/507/public/507-1237-1-PB.html>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO] (Octubre 2006). *Enseñanza de las ciencias y la tecnología*. Texto de Información en el contexto del 60° aniversario de la UNESCO. Oficina de Información Pública Memobpi, sitio web UNESCO. Recuperado de http://www.unesco.org/bpi/pdf/memobpi59_scienceeduc_es.pdf

PELCASTRE, L., Gómez, A. y Zavala, G. (2015). «Actitudes hacia la ciencia de estudiantes de educación preuniversitaria del centro de México». *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias*, 12(3), 475-490. Recuperado de <http://reuredc.uca.es/index.php/tavira/article/viewFile/821/774>

PENIK, J. y Yager, R. (1986). *Trends in Science Education: Some Observations of Exemplary Programs in the United States*. *European Journal of Science Education*, 8(1), 1-9. Recuperado de <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0140528860080101?journalCode=tsed19>

POLINO, C. (2013). *Los estudiantes y la ciencia: encuesta a jóvenes iberoamericanos*. Buenos Aires: OEI. Recuperado de http://www.academia.edu/1493491/Actitudes_de_los_j%C3%B3venes_hacia_la_ciencia_y_la_tecnolog%C3%ADa_en_Iberoam%C3%A9rica

RELICH, J. y Way, J. (1994). *Measuring pre-service teachers attitudes to mathematics: further developments of a questionnaire*. *International Conference for the psychology of mathematics education*. 1(1), 105-112

SKROK, K. (2007). *Formations of pupils' attitudes and behaviours in chemistry teaching/ Formación de valores y actitudes de los estudiantes en educación química*. *Journal of Science Education*, 8(2), 107. Recuperado de <http://crawl.prod.proquest.com.s3.amazonaws.com/fpcache/554250a964b77d2e516e1665e8f1c4cc>.

VÁZQUEZ, A., Acevedo, J. y Manassero, M. (2005). «Más allá de una enseñanza de las ciencias para científicos: Hacia una educación científica humanista». *Revista Electrónica de Enseñanza de las Ciencias*, 4(2), 1-30. Recuperado de http://reec.uvigo.es/volumenes/volumen4/ART5_Vol4_N2.pdf

VÁZQUEZ, J., Magaña, D. y Aguilar, N. (2014). *El reto de la formación en investigación para el área de ingenierías: un acercamiento a través del programa de Verano Científico*. Revista Internacional de Aprendizaje en Ciencia, Matemáticas y Tecnología, 1(1). Recuperado de <http://journals.epistemopolis.org/index.php/cienciaymat/article/view/1016/578>

EL CINE, UNA HERRAMIENTA DIDÁCTICA CON ENFOQUE AL FORTALECIMIENTO DE LOS VALORES PROFESIONALES EN LA FORMACIÓN DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Aída Dinorah García Álvarez¹

Jorge Rebollo Meza¹

José Manuel Piña Gutiérrez¹

Norma Aguilar Morales¹

Salvador Neme Galacich¹

I.RESUMEN

Esta investigación describe el uso del cine como una herramienta didáctica y de uso pedagógico en el docente, para fortalecer los valores profesionales en estudiantes de la carrera de Administración, en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco en México, en el transcurso profesional, y que nos permite saber que tan preparados están para enfrentarse a las demandas morales actuales, si poseen las herramientas y criterios adecuados en formación, actitud crítica, disposición al aprendizaje en consecuencia hacia una faceta de estudio de la sociedad que en corto plazo estarán en el proceso de inserción hacia el campo laboral. Es un estudio descriptivo y forma parte del proyecto Los valores Profesionales en la formación de los Estudiantes Universitarios.

II.INTRODUCCIÓN

En el contexto de la globalización es importante destacar que la única constante es el cambio; ya que la cultura, los valores, la ética, la educación y las demandas laborales han sido afectados por transformaciones que continuamente son más enfáticas. Este trabajo presenta avances de un estado del conocimiento sobre los Valores Profesionales en los Universitarios de la División Académica de Ciencias Económico- Administrativas, específicamente de la asignatura del Factor Humano de la carrera de Administración. Se utiliza para esta investigación la proyección de películas, como herramienta didáctica y pedagógica para el docente y de formación al estudiante.

Es una tarea abierta en la que el objetivo es realizar un análisis acerca de los valores profesionales que el alumno adquiere en el transcurso profesional y los valores que

¹Profesor-Investigador de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

obtiene a lo largo de su vida, asimismo nos permite saber que tan preparados están los estudiantes para enfrentarse a las demandas morales actuales. Este trabajo se enriqueció a medida que se utilizaron estrategias didácticas relacionadas con la inclinación y gusto de los estudiantes al cine comercial, herramienta de integración que fortaleció al proceso didáctico propuesto.

Uno de los retos que la sociedad actual propone a las universidades consiste en formar a profesionales capaces de afrontar las demandas laborales (Bricall y Bruner, 2000). En este contexto, la creación del Espacio Europeo de Educación Superior, con la firma de la Declaración de Bolonia (1999), pone de manifiesto la relación entre la universidad y la sociedad, en el desarrollo de las habilidades que permiten a los alumnos enfrentarse de manera eficaz a las necesidades de la sociedad, así como construir conocimiento de forma autónoma. Sólo así se logra el aprendizaje permanente a lo largo de la vida en que los conocimientos adquiridos se van adaptando a las exigencias profesionales cuyos objetivos, enmarcados en la sociedad del conocimiento, son cada vez más cambiantes.

De esta forma, los estudiantes universitarios tienen que lograr desarrollar en su proceso formativo una serie de competencias como son: aprender a aprender, a comunicar, a cooperar, a empalmar, a ser crítico y a auto-motivarse (Monereo y Pozo, 2003).

Las instituciones de educación superior desarrollan nuevas formas de aprendizaje que junto con docentes y estudiantes deberán preservar y desarrollar. Hay que tomar en cuenta que la educación superior debe evaluarse en función de la adecuación entre lo que la sociedad espera de las instituciones y lo que éstas hacen.

Hoy en día, la memorización ya no es rentable debido a la rápida obsolescencia de los conocimientos y las características actuales de comportamiento de los estudiantes universitarios. Los procesos de aprendizaje se basan en las nuevas perspectivas socio-constructivistas que enfatizan la importancia de la actividad de los estudiantes y su interacción con el contexto a fin de obtener y procesar la información.

La utilización de instrumentos educativos de interés en los estudiantes universitarios es la búsqueda de apoyo para la participación en las actividades áulicas. Ver el cine a través de la proyección de films, en clase es una actividad que esta fuera de lo cotidiano y habitual, lo que incrementa su interés y participación., por ello nuestra selección de apoyo en esta herramienta.

La propuesta de un análisis fílmico como actividad de aprendizaje, dentro de una asignatura impartida en la Licenciatura en Administración, es el soporte para desarrollar en el estudiante universitario, los conocimientos necesarios para la actuación crítica activa y estratégica en situaciones implicadas a su vida personal y profesional.

El educador necesita conocer las diferentes estrategias de intervención existentes, con sus límites y ventajas (Vega, 1992) para poder tomar decisiones coherentes, el problema no es solo enfocarse al área disciplinar de los estudiantes de la carrera de

administración, sino que todas las actividades educativas formen parte del enfoque del programa de estudios en el pleno desarrollo del recurso humano en formación.

Por otra parte, diversas investigaciones mencionan la importancia de la aplicación de estrategias didácticas utilizando el cine como formación e innovación. El docente universitario en la actualidad, enfrenta desafíos para lograr no solo el dominio sobre los contenidos temáticos de los programas, sino también la producción de los conocimientos esperados, a través de la estrategia en la forma de enseñar que le permitan interiorizar los valores de desarrollo humano y fortalecer las competencias actitudinales en los estudiantes universitarios.

De acuerdo a Schon (1992), debe reconocerse que el aprendizaje del alumno no se da sólo porque el profesor le transmite una serie de saberes teóricos o reglas predeterminadas, ni tampoco porque le proporciona instrucciones de cómo hacer las cosas. Menciona que es necesario que se dé un diálogo entre ambos (docente-tutor y alumno-practicante), que se caracteriza por tres aspectos:

- a) Tiene lugar en el contexto de los intentos del practicante por intervenir en una situación real y concreta.
- b) Utiliza lo mismo acciones que palabras.
- c) Depende de una reflexión en la acción recíproca.

Aunque en el aula la metodología del docente es todavía transmisora, pretendemos trabajar en el aula con esta herramienta, como modelo de formación, de análisis y motivados en propiciar el entusiasmo de los jóvenes universitarios por aprender.

III. OBJETIVOS Y METAS

El objetivo de esta investigación, se plantea en la necesidad de desarrollar en el estudiante universitario, los conocimientos necesarios a través del uso de las narrativas fílmicas para la actuación crítica activa y decidida frente a situaciones de enfoque para la toma de decisiones, y la adquisición de los valores profesionales como complemento integrador de su formación profesional.

IV. MATERIAL Y MÉTODO

Para efectos de esta investigación la metodología se basa en el empleo de tareas, extraído de la propuesta didáctica de Saturnino de la Torre (1996, pp. 88-89) y que señala como método ORA: destinatarios, datos técnicos y fílmicos, tareas de observación y análisis, tareas de relación y reflexión, tareas de aplicación.

El método de tareas intenta en el alumno observe su proceso de aprendizaje además representa una forma de adquirir significado y motivación en el estudiante y que es uno de los objetivos del docente quiere propiciar en sus estudiantes.

El proceso de investigación pragmático se desarrolló en estudiantes universitarios específicamente de la carrera en administración del cuarto ciclo y dentro de la asignatura de Administración del factor humano I del primer periodo del año 2016.

El número de participantes es de 42 estudiantes, registrados y activos dentro la asignatura presencial.

Se utiliza el censo, dada la característica de estadística descriptiva, al recuento de los individuos que conforman la población estadística y que en este caso estarán cautivos en actividades de clase.

Las actividades comienzan a registrarse posterior al diagnóstico ya que los estudiantes están de acuerdo en tener recursos que complementen la retroalimentación luego de trabajar la parte del análisis del contenido temático. Para la recogida de la información y evidencia de aprendizaje, se utilizaron cuadros de observación y comprensión, estableciendo parámetros para información base y argumentada.

- •Guía de Preguntas y análisis de comportamiento.
- Reflexiones.
- Material utilizado para la actividad.

El docente titular de la asignatura, propone una lista de 15 películas que se irán seleccionando en situaciones diversas y apegadas a los contenidos temáticos, el estudiante tiene la disponibilidad de obtener todo tipo de información, que servirá para adentrarnos a los diferentes contextos y estudios de la sociedad, conocer culturas diferentes (propias para fortalecer la visión de la interculturalidad), recorridos en los éxitos del pasado, del presente y la visión del futuro., a partir del análisis el estudiante inicia el contacto que tiene en las ideas proyectadas, pensamientos ilustrados, actitudes y normas de comportamiento.

La propuesta, reiteramos no solo es la trasmisión sino la interacción, la aplicación, la resolución de problemas, la simulación, y los casos específicos, así como el gran interés de estimular en el alumno curiosidad e interés hacia determinados temas de las áreas curriculares y, para este caso de la asignatura de Administración del Factor Humano. La plataforma on-line y el uso del internet es un elemento de apoyo muy importante.

V. RESULTADOS

Para este caso en nuestra investigación seleccionamos para análisis de resultados, la actividad áulica del film comercial, comprendido desde el punto de vista práctico y de retroalimentación.

El *film* es seleccionado de una lista considerada para el enfoque temático de la asignatura, ésta funciona como caso de estudio y permite ver los problemas en el mundo de los negocios de manera multidimensional.

La Sinopsis de la película seleccionada es: *Up in the Air* (Jason Reitman, 2009): Trata sobre un ejecutivo que viaja por el mundo con la misión de despedir a trabajadores de empresas multinacionales, y llega a trabajar en su departamento una mujer que plantea realizar los despidos por videoconferencia. Hay un rol de gerencia tradicional versus gerencia nueva, que salta de las escuelas de negocios, y a transformar las relaciones. “George Clooney (el protagonista) representa a la generación que se defiende muy bien de los cambios tecnológicos y queda muy bien parado en ese sentido”. Otro conflicto presente es el de la comunicación. El personaje tiene un esquema de comunicación en que no escucha ni interpreta señales a considerar, lo que resulta en un gran error.

La película parte de una premisa muy interesante: El vacío emocional que sufre un hombre de negocios experto en comunicar los despidos de forma innovadora a través de videoconferencias y que los empresarios no se atreven a hacer, prácticamente no tiene una residencia estable porque viaja de un lugar a otro del país haciendo su vida en los aeropuertos cuyos trucos domina, siendo su frialdad y rutina lo que más aprecia. Vive en hoteles y viaja en coches de alquiler llevando todo lo que necesita en una maleta con ruedas siendo miembro de élite de todos los programas de fidelización de viajeros, estando a punto de alcanzar el objetivo de su vida: 10 millones de millas de viajero habitual, lo que le da derecho a poner su nombre a un avión.

El uso de esta película, ayudó a la comprensión de determinados modelos teóricos, de la administración, pero también de cómo son influenciados los personajes por los comportamientos organizacionales y las motivaciones gerenciales, que son parte del mundo actual, tomar decisiones que le permitan constituir un equipo empresarial, capaz de identificar, acumular, controlar y garantizar los recursos necesarios para la continuidad de la empresa con el mínimo de riesgos. Esta temática forma parte de las unidades de comportamiento organizacional de la asignatura de Administración del Factor Humano del área sustantiva profesional del plan de estudios de la carrera de Administración.

Los estudiantes del cuarto ciclo de la carrera de administración, organizados en equipo para realizar trabajo colaborativo, tomaron de base los modelos teóricos vistos en clase y que comprenden al contenido temático de AFH. El 87%, del total de estudiantes al finalizar la actividad mencionaron que la determinación, creatividad y la innovación son los puntos sobresalientes en el *film*. El 13%, visión y la adaptación al cambio es el criterio principal para el análisis, contemplación y reflexión de la información, siendo encaminados a la información teóricamente revisada con anterioridad (ver tabla 1).

La unidad didáctica y los criterios de evaluación se articularon en la revisión de la propuesta didáctica del cine, mediante la tarea de describir los comportamientos

PERSPECTIVAS CIENTÍFICAS EN ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

Nombre de la película	Up in the air (2009) * USA
Dirección:	Jason Reitman y Sheldon Turner de la novela de Walter Kirn.
Guión:	Jason Reitman, Sheldon Turner (N.: Walter Kirn)
Fotografía:	Eric Steelberg
Música:	Rolfe Kent
Duración:	180 min
Interpretación:	George Clooney, Vera Farmiga, Anna Kendrick, Jason Bateman, Tamala Jones, J. K. Simmons, Danny McBride, Chris Lowell, Zach Galifianakis, Steve Eastin.
Año:	2009

humanos organizacionales, los procesos de toma de decisiones, y todo lo que hace relación a un tema específico, como es la gestión del capital humano y su ética en las organizaciones; esto, debido al argumento en la película, sobre el despido por videoconferencia utilizado como herramienta innovadora para el control del Recurso Humano.

El producto de aprendizaje de la actividad es un cartel donde se explicaron las etapas de la gestión empresarial.

VI. DISCUSIÓN

El profesor universitario debe ser un profesional de la enseñanza superior innovadora y creativa, con dominio del contenido formativo y la disciplina que imparte con estrategias didácticas, capaz de hacer que los alumnos se entusiasmen por aprender y logren las competencias deseadas a través de la selección, secuencia y propuestas de actividades pertinentes a la madurez del sujeto en formación, mejorando e incorporando nuevas ideas en la forma de enseñar y de actuar.

Si revisamos que, el cine es un medio que se viene empleando en las aulas universitarias en campos de conocimiento tan dispares como la microbiología,

Número de estudiantes	Carrera / licenciatura	Asignatura / ciclo
42	Administración	Administración del Factor Humano I Cuarto

(Muñoz, Santos y Seoane, 2009), el derecho (Cordero, Escribano y Martínez, 2014) o la bioética (Farré y Pérez, 2011), entonces esta herramienta presenta mucha utilidad para los estudiantes universitarios si pretendemos contextualizar a la gente y empresarios del mundo actual.

Una de las enseñanzas que debe utilizarse y que caracteriza el cine, es la inclinación que tienen las personas hacia los films, indudablemente este arte es muy solicitado y visitado por los jóvenes como escala de diversión. Las historias muestran las múltiples dimensiones y en la mayoría está la toma de decisiones en los personajes.

Pereira y Urpí (2005) diferencian entre lo que ellas denominan la educación para el cine y la educación con el cine. La primera iría encaminada a mejorar la comprensión de los aspectos denotativos presentes en cualquier obra, lo que equivaldría a manejar los elementos formales del cine, desarrollar las estrategias que favorezcan su comprensión o juzgar tanto la dimensión estética como narrativa de un film. La segunda, por su parte, debería dirigirse a la mejora del gusto estético, así como a promover la formación ética y el análisis de los valores y contravalores presentes en las películas. Esto describe en parte el objetivo del proyecto la formación de valores profesionales en los estudiantes universitarios sujetos de este estudio.

La empresa y los gerentes desde una perspectiva del cine, nos dan a conocer la vida real e íntima, la capacidad del esfuerzo para la construcción de sus empresas, sus éxitos sus fracasos, y traiciones, propias en seres humanos.

El uso del cine como herramienta en la formación profesional interesa a las escuelas de negocios por el constante abordaje sobre el éxito, la vulnerabilidad y la soledad que muchos empresarios enfrentan hacia el camino del éxito gerencial. La incorporación de esta herramienta como alternativa didáctica en el sistema educativo universitario, da sentido al proceso de enseñanza aprendizaje, permite en el docente desarrolle su creatividad conocimientos habilidades valores y actitudes en referencia a contextos concretos actuales y desafiantes. Desarrollar estos nuevos programas usando medios alternos debe estar integrado en toda acción de origen pedagógico.

VII.CONCLUSIÓN

El modelo centrado en el aprendizaje del estudiante, es parte de la estrategia de análisis en la enseñanza universitaria de alta calidad.

La creatividad y la innovación pedagógica, forma parte del compromiso del docente universitario.

Las nuevas herramientas o alternativas de uso para el proceso de enseñanza como el cine, permite en el alumno la interpretación de las escenas que asumen

diferentes alternativas en el momento de tomar o resolver un mismo problema de investigación.

Se considera al cine como una herramienta actual e innovadora, que se ajusta a los diferentes programas y planes de estudio de la licenciatura en administración.

Indica Avelina Escudero (1996, p. 37) “Todos los medios de comunicación se convierten en servicio educativo, cuando la educación los utiliza con fines instructivos y formativos o cuando a la inversa, dichos medios realizan una función educadora en virtud de sus contenidos y programas”.

Funciona como información base de lo que se manifiesta en la sociedad, y que además puede ser reflexivo, analítico, y generador de cambios importantes. Una de las enseñanzas que el cine tiene en la formación de estudiantes universitarios, específicamente en la formación de valores, es que muestra las Problemáticas como el conflicto la crisis y los casos en que debe tomar decisiones e implementar toda su creatividad.

Debido a los cambios estructurales en los planes y programas de estudios y el enfoque de competencias, en el que actualmente se encuentran las licenciaturas de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, permitirá contribuir y profundizar la difusión de la herramienta del cine para la formación del estudiante en su área disciplinar, en sus habilidades y actitudes.

Todo esto debe apoyarse en el interés de promover la aplicación de nuevas metodologías basadas en el cine, que integre redes de información, que se encuentre reflejado en el diseño curricular, bajo un tratamiento interdisciplinario de lo general en primera instancia y especializado posteriormente., de forma transversal estableciendo correlaciones con la vida actual y cotidiana para el objetivo que se pretenda en la formación universitaria.

VIII. REFERENCIAS

AZUAR, M.C. (2010). *El cine como herramienta didáctica en el aula de E/LE para la adquisición del español coloquial conversacional* (Tesis Doctoral). Universidad de Varsovia y Universidad de Alicante, Varsovia. Recuperado de: <file:///C:/Users/Vaio01/Downloads/el-cine-como-herramienta-didactica-en-el-aula-de-eel-para-la-adquisicion-del-espanol-coloquial-conversacional-0.pdf>

BRICALL, J.M. y Bruner, J.J. (2000). *Universidad siglo XXI. Europa y América Latina. Regulación y financiamiento*. En Documentos Columbus sobre Gestión Universitaria. Recuperado de: <http://www.columbusweb.com/es/partef/archpubl/cinda%20int20def.pdf>

CORDERO, I., Escribano, P. y Martínez, L. (2014). «Cine y Derecho de Familia: una nueva visión de la metodología práctica». *Revista de Educación y Derecho*, 9, 1-16.

DE LA TORRE, S (1996) *Un método interactivo para aprender del medio*. En De la Torre S. (ed) *Cine formativo. Una estrategia innovadora para los docentes*. Barcelona: Octaedro, 1996, p 87-100

ESCUADERO, Royo, A. *Televisión y Educación*. En De la Torre, S. (ed). *Cine formativo. Una estrategia innovadora para los docentes*. Barcelona: Octaedro, 1996, p. 35-39.

FARRÉ, M. y Pérez, J. (2011). *Uso del cine comercial en la docencia de Bioética en estudios de Biología*. *Revista de Medicina y Cine*, 7 (1), 3-7.

MUÑOZ, A., Santos y Seoane, R. (2009). «Micro De Cine: la docencia de la Microbiología Clínica en la Universidad de Santiago de Compostela mediante el cine». *Revista de Medicina y Cine*, 5 (3), 87-91.

MONEREO, C. y Pozo, J.I. (2003). *La Universidad ante la nueva cultura educativa*. Madrid: Síntesis

PEREIRA, C. y Urpí, C. (2005). «Cine y juventud: una propuesta educativa integral». *Revista Estudios de Juventud*, (68), 63-90.

PÉREZ López, S. y López Mielgo, N. (2007). *Metodología docente para la enseñanza de los recursos humanos: el uso del cine*. *Aula Abierta*, 35, 1 y 2: 63-76. Disponible en: <http://www.uniovi.net/ICE/publicaciones/Aula_Abierta/numeros_anteriores/i8/063_pdfsam_AulaAbierta_35_2007.pdf>

POYATOS, C. y Allan, C. (2004). "The use of learning portfolios to develop generic skills: An evaluative case study with on-line Industrial Relations students, en *Australian Journal of Adult Learning*", 44(1), 6-26 Sobrino Ángel, Carlota Pérez Sancho y Concepción Naval (2009), «El uso formativo del portafolios docente en el ámbito universitario», *Revista Panamericana de Pedagogía*, núm. 14, pp. 57-87

PORTES I Moix, M. *El cine: una cultura del siglo XX*. En De La Torre, S. (ed.) *Cine formativo. Una estrategia innovadora para los docentes*. Barcelona: Octaedro, 1996, p. 41-45.

SCHON, D. A (1988). *Coaching reflective teaching*. En P. Grimmett y G.L. Erickson (comps.). *Reflection in Teacher Education*. Nueva York: Pacif Educational Press, The University of British Columbia and Teachers Colfége, Columbia University., (1992).

VEGA (1992). «Modelos interpretativos de la problemática de las drogas», en *Revista Española de Drogodependencias*, 17(4); 221- 232

«La formación de profesionales reflexivos: Hacia un nuevo diseño de la enseñanza y el aprendizaje de las profesiones». Barcelona: Paidós. Recuperado de: <https://sites.google.com/site/habilidadesgerencialessem2015i/peliculas-que-todo-administrador-debe-ver>

LOS ASPECTOS SOCIALES DE LA MIGRACIÓN (UNA POLÍTICA PÚBLICA MIGRATORIA)

Óscar Priego Hernández
Miguel A. Ramírez Martínez¹
José Félix García Rodríguez¹

I. RESUMEN

El trabajo presenta los resultados del proyecto de investigación sobre los impactos de los flujos migratorios en la frontera Sur de México con Guatemala. Consiste en analizar la problemática relacionada con los aspectos sociales y económicos originada por los flujos migratorios en la frontera. El estudio está basado mayormente en trabajo de campo mediante una metodología de enfoque cualitativa para recabar directamente información de la situación de los migrantes en las principales zonas de concentración, así como realizar entrevistas y analizar los indicadores del desarrollo social para proponer políticas públicas y estrategias que permitan frenar la migración en esta frontera.

El estudio permite explicar la problemática de la migración en la frontera sur, la importancia y necesidad de impulsar una política pública migratoria integral para frenar la migración que crece cada día y amenaza en convertirse en un problema social mayor para estos países por la ausencia de políticas públicas migratorias. Para ello es necesario generar las condiciones de desarrollo económico y de seguridad en la región para que los migrantes encuentren mejores oportunidades de desarrollo. La metodología utilizada es de enfoque mixto, mayormente de tipo cualitativa utilizando la técnica conocida como “bola de nieve” mediante entrevistas directa a migrantes.

Palabras Clave: Migración. Economía. Desarrollo. Frontera Sur.

II. INTRODUCCIÓN

La migración de personas es un fenómeno entre sociedades que comparten una frontera. México es considerado un país atractivo para los flujos migratorios de personas que provienen de todo Centroamérica y ha compartido desde el siglo pasado la frontera Sur con Guatemala en esta región. Los migrantes de al menos de siete países, pero principalmente de Honduras, Belice y Guatemala, deben cruzar el Estado de Tabasco que es un paso obligado para llegar a México,

¹ Profesor investigador de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

posteriormente su meta es cruzar el territorio mexicano y dirigirse finalmente a los Estados Unidos.

Para abordar la problemática se inicia con el planteamiento de dos preguntas de investigación, ¿por qué es importante realizar un estudio para explicar la problemática de la migración en la Frontera Sur? y ¿por qué se considera necesario impulsar una política pública para disminuir la migración en esta región?; las últimas noticias de los diarios locales señalan: la Frontera Sur en total abandono sin posibilidad de frenar la migración centroamericana.

México se ha convertido en un país que recibe grandes flujos migratorios de carácter irregular en tránsito hacia Estados Unidos, así lo señala el Instituto Nacional de Migración. Los indocumentados asegurados provienen de 7 países, pero principalmente de Honduras, El Salvador y Guatemala. De conformidad con las estadísticas de migración se estima que en promedio unos 500 migrantes cada día están cruzando hacia México por las diferentes rutas de pasos formales e informales, pero principalmente lo hacen por la comunidad el Ceibo Guatemala. Los migrantes utilizan diversos pasos informales de selvas y ríos en busca del ferrocarril de carga llamado la “Bestia” que se detiene en Tenosique, Tabasco en donde pueden subirse sin mayores problemas en su trayectoria hacia el centro del país y de ahí buscar las rutas hacia la frontera norte.

La migración es un fenómeno global que concentra diversos tipos de personas heterogeneizando este tipo de movimiento poblacional y convirtiéndolo en una dinámica masiva que afecta a la población mundial, se calcula existen 192 millones de personas viviendo fuera de su lugar de origen según datos de la Organización Internacional para las Migraciones (OIM, 2005a); uno de los principales motivos de su salida es la situación socioeconómica, el 90% de la población emigrante decidió salir de su país en busca de empleo (INEGI, 2010), optando por arriesgarlo todo, incluso la existencia, sólo por la oportunidad de mejorar su nivel de vida, salir de las carencias a las que se está condenado al igual que su familia y dirigirse a países con mayor desarrollo.

III.OBJETIVO

Realizar un estudio de los aspectos sociales y económicos que se originan por la problemática de la migración en la Frontera Sur de México con Guatemala, para explicar la situación de los migrantes de paso hacia lo Frontera Norte de Estados Unidos.

IV.MATERIAL Y MÉTODO

El método de estudio es analítico y descriptivo, basado en la aplicación de entrevistas a migrantes en los municipios fronterizos de Tabasco. En la investigación también será

utilizado el método descriptivo, para revisar la literatura y analizar la información estadística sobre la migración que se origina en la Frontera de México con Guatemala a su paso por esta región. Se identificó la problemática mediante el modelo deductivo procurando presentar las ideas con el criterio que va de lo general a lo particular.

La metodología utilizada para el estudio es de enfoque cualitativa (Hernández, Fernández y Batipsta 2010). Consistió en elaborar una guía de entrevista como instrumento principal para recabar la información relacionada con los aspectos sociales de los migrantes en los diversos puntos identificados como estaciones migratorias para su análisis posterior mediante un instrumento estadístico. El estudio está basado en la aplicación de técnicas de investigación principalmente entrevistas, la revisión documental de bibliografía especializada, el análisis de documentos históricos, el uso de estadísticas de indicadores de migración y pobreza, así como el uso de Internet. De conformidad con (Duverger, 1998) para obtener mayor objetividad en los resultados el análisis debe ser de carácter multi e interdisciplinario.

En la Frontera Sur no existen poblaciones de migrantes, por lo tanto es necesario utilizar técnicas alternativas para recabar la información mediante una guía de entrevistas para migrantes con la técnica conocida como “bola de nieve”. El estudio aporta recomendaciones teóricas y prácticas, que permitan explicar la situación actual de los migrantes, las nuevas estrategias que utilizan para cruzar la frontera e identificar los nuevos aspectos de la migración, rutas, identidades y comunidades para proponer alternativas que permitan mejorar las condiciones de vida de los migrantes mexicanos.

V.RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados del proyecto que se presentan deben servir para enriquecer con nuevos conocimientos sobre las teorías relacionadas con la migración de personas en la frontera Sur a su paso hacia la frontera Norte.

- Cabe señalar, que por más de medio siglo de migración estos países han vivido intensamente el proceso de este fenómeno que empezó como una migración forzada para apoyar el desarrollo económico de los países receptores; sin embargo, hoy amenaza con convertirse en un conflicto social en las relaciones entre México, Centroamérica y Estados Unidos.
- Para un estudio sobre flujos migratorios se debe tomar en cuenta que los países tienen que proteger sus fronteras de la problemática que implica el proceso de la migración de personas.
- El argumento a favor de los migrantes en todo el mundo son los derechos humanos, el derecho a la libertad y por ello las personas se aventuran a la frontera norte sin medir el peligro en la búsqueda de nuevas expectativas que es el sueño americano.

- Las remesas de los migrantes han llegado a representar la tercera fuente de recursos, que junto con los ingresos que genera la actividad petrolera nacional son determinantes para la economía del país. Estos datos son reveladores de una problemática para México que hoy se convierte en una fuerte dependencia de estos recursos.

La migración en esta frontera no solo consiste en el paso de personas, implica todo un proceso complejo que se traduce en grupos de personas vinculadas a bandas delictivas y vulnerables para el contrabando de drogas, tráfico de armas, delincuencia organizada, enfermedades, violencia, narcotráfico y transformación de patrones culturales que finalmente genera conflictos de tipo económicos, de salud y de permanencia a su paso para Tabasco como ruta de entrada y para México como país receptor.

Por su parte, la migración internacional ha tenido una presencia constante en la historia de México en ambas fronteras. Para el historiador Jan de Vos (1993) “la frontera sur no es solo un frente de lucha de dos o más poderes imperiales o nacionales sino también un espacio de convergencia en el que etnia, clase social y nacionalidad están entrelazadas”. “Diferenciación e integración son así, finalmente, parte del mismo fenómeno fronterizo”.

En los últimos 40 años, se puede observar cómo el fenómeno de la migración se ha incrementado considerablemente. Este movimiento se generó por la búsqueda de mejores condiciones de vida en los países centroamericanos, debido a la pobreza, la falta de oportunidades, la discriminación y los conflictos armados que se presentaron en sus países, específicamente en la década de los años setenta; por lo tanto, la migración es uno de los fenómenos de mayor importancia en la actualidad, (Novelo, 2008).

Como lo señala (Castles, 2003) “la migración internacional, sea forzada o voluntaria, es un fenómeno histórico que entraña razones múltiples de índole económica, política, social y cultural”. En este sentido, también de conformidad con (Solomino, 2003), “en la primera etapa de la expansión capitalista (1870-1913), América Latina y el Caribe (ALC) fue receptora neta de población, en especial desde Europa; mientras que hacia fines del siglo XX, los movimientos se invirtieron: son EU y Europa los destinos preferidos de los nacidos en la región”.

VI. CONCLUSIÓN

Las conclusiones del estudio revelan lo siguiente:

- Es evidente la ausencia de políticas migratorias para la Frontera Sur y entre México y Estados Unidos, las políticas públicas tienen que estar dirigidas en este sentido.
- Una política migratoria tiene que ser dirigida a regularizar el status legal de la población migrante; lo cual implica regularizar no solo a los ilegales

mexicanos sino a todas los demás ilegales.

- La frontera Norte con 3,326 kilómetros es una de las fronteras más importantes del mundo y se estima que cada año 1.5 millones de migrantes logran llegar con éxito a los Estados Unidos.
- Un lugar estratégico que están utilizando los migrantes mexicanos es el desierto de Arizona en la frontera Norte de México.
- La Frontera Sur de México con Guatemala, solo tiene 1,200 kilómetros, pero es considerada tierra de nadie por sus características; es una frontera pobre sin la protección de la Frontera Norte y por consiguiente insegura.
- Es necesario implementar una política pública migratoria que atienda la problemática de manera integral, sin desarrollo económico las familias no tienen esperanza y deciden emigrar.

VII.REFERENCIAS

SOLOMINO, Andrés, (2003), «Globalización y migración internacional: la experiencia Latinoamericana». *Revista de la CEPAL*, núm. 80, pp. 55-72, agosto de 2003, Santiago de Chile, CEPAL, p. 1.

CASTLE, S. (2003), «La política internacional de la migración forzada», *Migración y Desarrollo*, Núm. 1, Zacatecas, Doctorado en Estudios del Desarrollo, UAZ, octubre de, pp. 74-90.

Consejo Nacional de Población (CONAPO), 2005," Indicadores de la migración México-EU. Disponible en: <http://www.conapo.gob.mx>

DUVERGER, Maurice (1988) *Métodos de las ciencias sociales*, editorial Ariel S.A, Barcelona, cuarta reimpression, pp. 151, México.

HERNÁNDEZ, Fernández y Baptista (2010). *Metodología de la Investigación*. 5° ed. México: Mc. Graw-Hill.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), Censo General de Población y Vivienda, México, INEGI, 2005.

Ley de Migración (2011), presidencia de la República, México.

Migración y Desarrollo, Núm. 1, Zacatecas, Doctorado en Estudios del Desarrollo, UAZ, octubre de, pp. 74-90.

NOVELO, F. (2008). *Economía y migración*. Universidades, vol. LVIII, 29-44.

Organización Internacional para las Migraciones (OIM, 2005^a)

Reglamento de la Ley de Migración (2013)

SOLOMINO, A. (2003), «Globalización y migración internacional: la experiencia latinoamericana». *Revista de la CEPAL*, núm. 80, pp. 55-72, agosto de 2003, Santiago de Chile, CEPAL, p. 1.

VOS, Jan de, (1993) *Las fronteras de la frontera sur: Reseña de los proyectos de expansión que figuraron la frontera entre México y Centroamérica*, Villahermosa, Tabasco, México, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco-Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social.

REFLEXIONES SOBRE LA EDUCACIÓN EN MÉXICO ANTE LA PERSPECTIVA DEL DESARROLLO FINANCIERO

Deysi Cruz Montes de Oca¹
Armando Mayo Castro¹
Beatriz Pérez Sánchez¹

I. RESUMEN

Analizar cómo se encuentra el nivel educativo, a fin de establecer una perspectiva de desarrollo financiero para México, es válido en la era de la globalización de los mercados. Si se parte de considerar que una población preparada es competitiva y que trae como consecuencia inversiones en las zonas que cuenten con mano de obra calificada que las empresas nacionales e internacionales requieren para realizar sus procesos productivos con calidad. Le toca al Estado ser funcional al sistema económico, en tanto se prepara a la población con base en los presupuestos de la educación pública destinados a la preparación de la fuerza de trabajo.

Palabras claves: Educación. Riqueza. Crecimiento. Sistema educativo.

II. INTRODUCCIÓN

El sistema educativo nacional, en sus distintos niveles, está organizado para ser representante de la historia al cual se aferra y encuentra su razón de subsistir. A partir del nivel inicial y básico hasta el superior, es pertinente cuestionar los objetivos educativos planteados actualmente. Existen pruebas, que indican que los procesos educativos no están dando los resultados esperados, al menos no aquellos que igualarían a los que se producen en los países desarrollados.

De ahí se plantea la siguiente interrogante ¿por qué el país no tiene una educación de calidad y pretende ser excluyente? ¿en que se ha estado fallando?, aun cuando se tiene conocimiento que la educación es la única forma en que el ser humano pueda superarse, y de la misma forma originar un crecimiento importante en la economía del país, ya que a través de ella se puede ir erradicando la pobreza.

El individuo como elemento importante en la sociedad y la organización; a mayor preparación genera una mayor contribución, por lo que se considera a la educación como un elemento importante en el desarrollo social y económico de un país y

¹ Profesor investigador de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Dirección para recibir correspondencia: mayo_castro_armando@hotmail.com

del mundo en general, ya que en la historia la riqueza o la pobreza de las naciones depende de la calidad de la educación superior (Banco Mundial, 2015).

III. OBJETIVOS Y METAS

Conocer la visión de los organismos internacionales sobre la educación, a fin de reflexionar y dilucidar una perspectiva de desarrollo en México.

Metas

Difundir los avances de investigación ante la comunidad académica como parte de los resultados de una tesis de grado.

IV. MATERIAL Y MÉTODO

Los hallazgos se sustentan en diferentes trabajos de investigación de los organismos internacionales, en las herramientas estadísticas y en el análisis bibliográfico con alcances descriptivos.

V. RESULTADOS

Prueba Pisa

La riqueza de las naciones ahora depende del conocimiento y las habilidades del capital humano, como principales factores del crecimiento económico. Los resultados de 2012 del Programa Internacional para la Evaluación de Estudiantes (PISA) colocan a México como uno de los países peor evaluados en educación, de los 65 que aplican este examen coordinado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2014).

México se ubica en lugar 53 de 65 en el área de Matemáticas, con una calificación promedio de 413 puntos (en una escala de 0 a 1,000); muy por debajo de las naciones y regiones asiáticas que encabezan en el ranking, como Shanghai, China (613 puntos), Singapur (573), Hong Kong (561), China Taipéi (560) y Corea del Sur (554 puntos) (ADN Político, 2013).

En cuanto a Comprensión de Lectura, México se sitúa en la posición 52 de 65 con una calificación promedio de 424 puntos, por encima de países de América Latina como Uruguay (411 puntos) y Brasil (410), pero debajo de Chile y Costa Rica (ambos con 441 puntos). México fue superado por más de 100 puntos (de una escala de 0 a 1,000) por los países y regiones en la parte más alta de este ranking: Shanghai, China (570 puntos); Hong-Kong, China (545); Singapur (542); Japón (538) y Corea del Sur (536 puntos) (ADN Político, 2013).

En Ciencias los estudiantes mexicanos evaluados obtuvieron una calificación promedio de 415 puntos, con lo que el país se coloca en la posición 55 de 65 en

este rubro, superando a países latinoamericanos como Argentina (406 puntos), Brasil (405), Colombia (399) y Perú (373 puntos) (ADN Político, 2013).

Diagnóstico

México ocupa los últimos lugares en indicadores educativos de 34 países desarrollados de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), de acuerdo con el informe Panorama Educativo 2014: la mayoría de los mexicanos tienen un nivel educativo bajo; apenas seis de cada diez tienen estudios de primaria o secundaria (63%), y la proporción con bachillerato solo es del 37%, la mitad del promedio de estudiantes con bachillerato en la OCDE (75%) y sólo mejor que Turquía, último lugar en el grupo (OCDE, 2014).

El campo laboral demanda recursos humanos de alta calidad que solo puede surgir de sistemas educativos bien calificados, de tal manera que esta revolución del conocimiento o era del conocimiento obliga a las instituciones a modificar sus programas educativos y adaptarse al cambio.

La educación como resultado de desarrollo de más habilidades, mejor productividad y mayor capacidad de los trabajadores para mejorar sus condiciones de vida, al unir experiencia, capacitación y formación profesional. Una educación de calidad necesita una inversión considerable que debe ser previamente planeada para así atraer grandes beneficios económicos y sociales al país. Un nivel de educación más alto contribuirá a incrementar la innovación y productividad en los procesos, aumentando así la eficiencia en las empresas.

Los recursos para educación deben de estar previamente enfocados a la demanda del mercado; es decir, deben prepararse profesionales que puedan integrarse a las empresas, ofertar carreras que realmente las empresas estén requiriendo, de no ser así se presentarán casos donde hay profesionistas trabajando de taxistas, porque no encuentran un trabajo, y ese hecho no solo sucede en México, sino que tiene lugar en América Latina, es por ello que se hace necesario el equilibrio entre las carreras que se ofertan y el mercado laboral. Roberto G. Lynch (2007) menciona que una educación eficiente a una edad temprana: mejora las habilidades de la mano de obra, reduciendo pobreza y consolidando la competitividad global.

Recursos del PIB a la educación

Educación a la población de un país es una gran empresa que representa uno de los grandes gastos, pero es también la que da calidad de vida que se verá reflejada en el crecimiento del PIB nacional; es por ello, que debería ser una inversión prioritaria, para que se convierta en el mejor instrumento de lucha, debido a que genera empleo y produce calidad. Así mismo, existen instituciones como el Banco Mundial que asociado con otras instituciones con el fin de promover la educación, canaliza recursos a través de programas en sociedad, como el Fondo Japonés de Desarrollo Social, que promueve mejoras en la formulación de políticas y en los sistemas de educación. Otros donantes proveen fondos paralelamente o junto con el financiamiento para proyectos del Banco Mundial. En Mozambique, por

ejemplo, unos 18 asociados externos aportaron sus recursos técnicos y financieros en un programa integrado para obtener resultados en la educación del país con más rapidez. El Banco también está asociado con organizaciones como la UNESCO, UNICEF y otras a nivel nacional, que proveen apoyo a largo plazo.

La UNESCO, Banco Mundial y la OCDE, en México ha exigido a las universidades formar al individuo para que sea capaz de insertarse al sector laboral e impulsar el desarrollo económico del país. Se ha visto en la educación, la alternativa para crear el efecto redentor ante la situación de retraso económico, social y cultural en el cual vive la mayor parte de la población. Sin embargo el porcentaje que del Producto Interno Bruto se destina a la educación en América Latina deja mucho que desear (ver tabla 1).

En la tabla 1, puede apreciarse que México está a un buen nivel del gasto en educación conforme al PIB que genera, comparado con los demás países latinoamericanos, pero como es sabido que los países más industrializados utilizan como mínimo el 8%, está debajo de lo que potencialmente la economía número 15 del mundo pudiera hacer.

La figura 1 y 2, demuestran lo que se apreció en la tabla 1, confiando en los parámetros de los que miden esto normalmente en el mundo, corrobora lo que es considerado, y se puede deducir la base de la propuesta siguiente.

Propuesta del Banco Mundial

Para el Banco Mundial (2015) si bien la educación no provoca el desarrollo automático del país, se convierte en una de sus cinco prioridades sociales de la estrategia de asistencia global para ayudar a los países a reducir la pobreza. La inversión en educación tiene muchos beneficios para los individuos, la sociedad y el mundo. La educación de buena calidad es una de las medidas más poderosas para disminuir la pobreza y la desigualdad y para promover el crecimiento económico sostenible, los principales beneficios son:

- Habilita a las personas a leer, razonar, comunicarse y tomar decisiones informadas.
- Aumenta la productividad, ingresos y calidad de vida de los individuos. Reduce en alto grado la vulnerabilidad de las mujeres a los problemas de salud.
- Con un nivel educativo moderno se accede a mayor nivel de ingresos, las diferencias en el nivel de desarrollo entre los países ricos y pobres no se refieren solo a la parte económica sino también al nivel de vida de sus habitantes, es decir, al acceso que se tiene a servicios de salud, educación y vivienda.

Si se pretende mejorar la educación en el país, el proceso educativo debe sufrir modificaciones a fin de trabajar en conjunto; es decir, los maestros, los padres de familia y los estudiantes. El sistema educativo mexicano es centralizado, es distante

País	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	3.47	3.65	3.90	4.34	4.89	4.61	4.99	5.10	5.34	
Belice			5.69	6.10	6.62			6.22		
Bolivia		6.31		7.04	8.08	7.60	6.89	6.44		7.04
Brasil	4.48	4.87	4.98	5.27	5.47	5.65	5.74	5.91		
Chile	3.23	3.02	3.22	3.79	4.24	4.18	4.07	4.57	4.56	
Colombia	4.00	3.89	4.06	3.91	4.75	4.83	4.46	4.39	4.90	4.67
Cuba	10.56	9.06	11.87	14.06	13.13	12.84				
Ecuador						4.08	4.31	4.18		
Guyana	8.14	5.09	3.75		3.36	3.66	3.59	3.19		
Guatemala		2.98	3.04	3.18		2.80	2.92	2.96	2.84	
Honduras									5.87	
Jamaica	4.62		5.49	6.19	6.20	6.37	6.26	6.12	6.26	5.98
México	4.91	4.74	4.73	4.86	5.22	5.19	5.15			
Nicaragua						4.49				
Paraguay			3.55			3.77	4.97	4.96		
Panamá				3.54			3.29			
Perú	2.88	2.68	2.63	2.84	3.13	2.85	2.68	2.92	3.28	3.66
Puerto Rico									6.38	
Uruguay	2.71	2.88					4.36			
Venezuela		3.67	3.63		6.87					

Fuente: http://datos.bancomundial.org/indicador/SE.XPD.TOTL.GD.ZS?name_desc=false

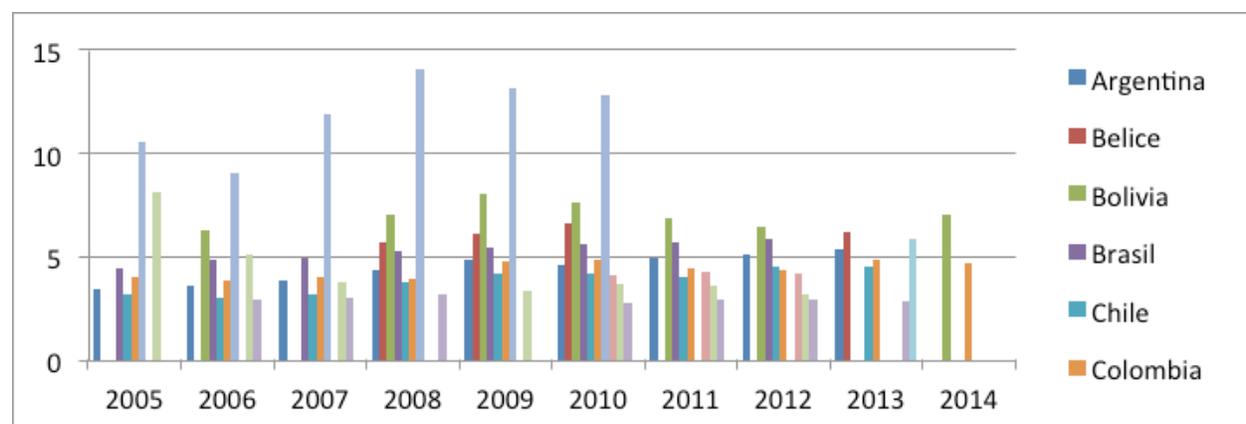


Figura 1. Gasto público en educación en Latinoamérica (%del PIB) en el periodo 2005-2014.

Fuente: Elaboración propia con base en la tabla 1.

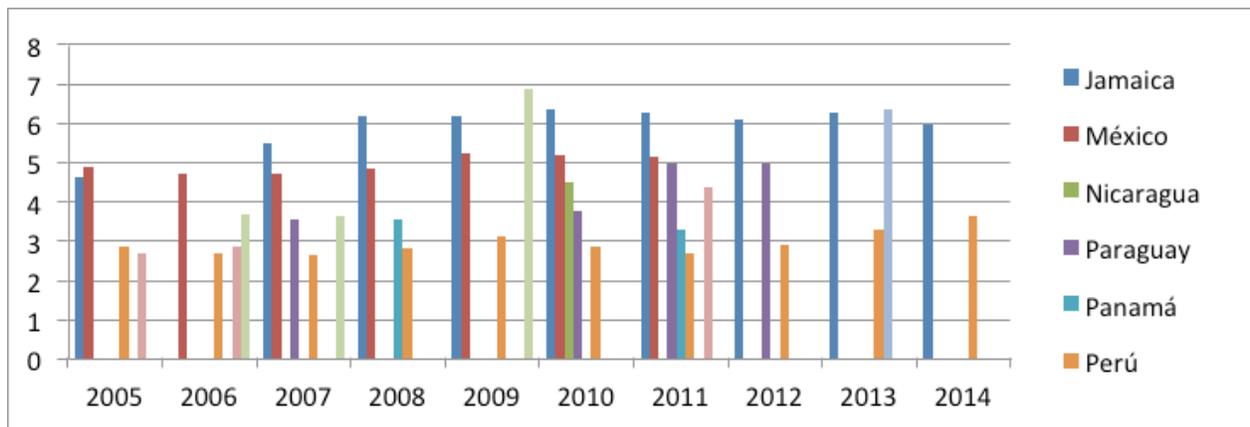


Figura 2. Gasto público en educación en Latinoamérica (%del PIB) en el periodo 2005-2014.
Fuente: Elaboración propia con base en la tabla 1.

y es ajeno a las realidades de las diferentes zonas del país, y además es lento. Aun cuando todos los demás sectores productivos del país quieren ir al paso global, y aun cuando los sistemas educativos en los países mencionados han adoptado políticas educativas modernas y sobre todo abiertas, incluyen a todos los actores del proceso educativo (autoridad, padres de familia, maestros y alumnos) en un diálogo más abierto y representativo. Son sistemas educativos más ciudadanos.

El ser humano ha generado grandes riquezas con los factores; tierra, trabajo y capital; que por lo regular esta expresado en tecnología de uso privilegiado, pues solo unos cuantos países tienen acceso a ella. Y por estos desequilibrios nos enfrentamos a una diferencia entre los poseedores de riqueza y los que carecen de ella. De tal manera que no se puede concebir un desarrollo económico global sin que por lo menos todos los niños del mundo puedan completar una educación primaria de buena calidad como mínimo.

VI. DISCUSIÓN

Se requiere investigar más y establecer políticas públicas que consideren en palabras de Savater (1997) que se busque un camino educativo cuyos fines y objetivos sean más libres, flexibles y diversos. Abatir el rezago de la alfabetización de los adultos al 100%, reducir la corrupción, aumentar la eficiencia de la educación dentro de un esquema de crecimiento nacional coherente para que los cambios sean sólidos, así se estará en posibilidad de considerar que las inversiones en la educación darán rendimientos de corto y mediano plazo a nivel económico y social.

VII. CONCLUSIÓN

La concentración del ingreso no se puede resolver con una sola medida, pero tampoco se puede considerar a un mundo desarrollado con niños fuera del esquema

educativo y de salud: es por ello, que la universidad debe asumir su papel de líder y promotora de cambio en una sociedad que le reclama, su trabajo como fuente de conocimiento en el marco económico y cultural; entendido como todo aquello que el ser humano ha sido capaz de crear y que no estaba en la naturaleza.

La educación posee un rol importante en la formación de profesionales que den solución creativa tanto en el ámbito; económico, como el social, de corto, mediano y largo plazo.

Finalmente, el mundo actual se enfrenta a una degradación social y ambiental que demanda una educación que aporte conocimientos, producción y transmisión de tecnología en el entorno social y científico.

Invertir en la educación es la perspectiva más noble, deseable y productiva que México debe vislumbrar para lograr su desarrollo económico, por ello el financiamiento de la educación es vital.

VIII.REFERENCIAS

ADN Político. (2013). ADN Político. Recuperado el 14 de marzo de 2015, de <http://www.adnpolitico.com/ciudadanos/2013/12/03/pisa-ranking-de-los-mejores-y-peores-paises-en-educacion>

Banco Mundial. (2015). Banco Mundial. Recuperado el 15 de marzo de 2015, de <http://www.bancomundial.org/es/topic/education/overview>

LYNCH, R. (2007). *Enriching Children, Enriching the Nation*. Estados Unidos.

OCDE. (2014). Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. Recuperado el 14 de marzo de 2015, de <http://mundo.sputniknews.com/mundo/20140909/161740323.html>

SAVATER, F. (1997). *El valor de educar*. España: Ed. Ariel.

PROMOCIONES DEL PRODUCTO HABITACIÓN EN EL ESTADO DE TABASCO

Andrés Guzmán Sala¹
Armando Mayo Castro¹
Beatriz Pérez Sánchez¹
Erick Darío López Montes de Oca²

I. RESUMEN

Estudio sobre la utilización de las estrategias promocionales de las habitaciones de hotel en el Estado de Tabasco. El objetivo de la presente investigación es, identificar las diferentes estrategias utilizadas en la rama hotelera. Investigación de corte cuantitativo, descriptivo y transversal, donde se utilizó un cuestionario como instrumento de medición de preguntas abiertas y de opción múltiple respecto al uso de las promociones de habitaciones de hotel en el sector hotelero de Tabasco. Se realizó un muestreo probabilístico por conglomerado con la participación de 429 empresarios del ramo. La muestra se calculó con un nivel de confianza de 90% y un margen de error de 0.05. Los resultados obtenidos más significativos muestran que el 35% de los hoteles ofrecen 3 tipos de habitaciones, y un 82% de los hoteles ofrecen más de 3 habitaciones. El 31% de hoteles realiza promociones en el mes de abril y el 40% en el mes de diciembre, el 41% de los hoteles no realiza ninguna promoción durante el año. Las promociones más utilizadas son los descuentos por grupos y las realizan un 57% de los hoteles.

Palabras claves: Promoción Turística. Hotelería. Producto Hotelero. Servicio Hotelero, Alojamiento. Mercado Turístico.

II. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el turismo se ha convertido uno de los sectores económicos que ha crecido más rápidamente en el mundo que está relacionada con el desarrollo y es una actividad clave para el crecimiento y progreso socioeconómico (World Tourist Organization, 2016).

La actividad turística es un conjunto de industrias que ofrecen diversos productos y los principales clientes son los turistas, consumidores de un mercado turístico muy competitivo, donde para participar las empresas deben resaltar las características

¹ Profesor investigador de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

² Estudiante de la licenciatura en Mercadotecnia de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Dirección para recibir correspondencia: andresguz18@hotmail.com

del producto para su presentación y hacerlo atractivos para su consumo. El producto turístico, se puede definir como los bienes y servicios que se ofertan en un mercado, estos se pueden ofertar de manera individual o en combinaciones de acuerdo a las necesidades y deseos de los clientes, (Secretaría de Turismo, 2015). Son una mezcla de servicios que se ofertan en la industria turística.

Estos conjuntos de servicios son capaces de estimular visitas por un corto tiempo hasta varios días, satisfaciendo los intereses o necesidades del turista brindándole las mejores experiencias (Guzmán-Sala, Mayo-Castro, & Pérez-Sanchez, 2012). Una de las características del producto turístico, es que no se puede trasladar hacia los clientes, los clientes viajan para consumirlos (García-Cebrían & Olmos-Juárez, 2011).

El turismo es un producto y para su comercialización requiere de promoción y campañas publicitarias siendo de suma importancia la selección de mensajes y destinatario (Guzmán-Sala 2015; Orte-Bermúdez, 1997). Con una adecuada comunicación es posible transmitir los mensajes dirigidos a los consumidores para crear una necesidad o deseo en el consumo de los productos y servicios turísticos. Sánchez-Amboage (2011), afirma que la promoción turística consiste en transmitir un mensaje al mercado meta teniendo una retroalimentación con los turistas.

Actualmente, los consumidores son más exigentes dado que están bien informados sobre los productos ofertados y tienen altas expectativas sobre la calidad de los productos turísticos ofertados (Sánchez-Amboage, 2011). La promoción es básicamente comunicación para modificar el comportamiento del consumidor para adquirir un producto turístico (alojamiento, comidas, viajes y paquetes), se deben plantear los objetivos de las campañas promocionales antes de un esfuerzo promocional. En este sentido, la publicidad construye una imagen en un determinado tiempo, estimula e incrementa las ventas, y transmite los mensajes a los clientes a bajo costo. Así, las ventas incluyen las promociones de descuentos especiales que influyen en la compra de los consumidores de una manera más rápida (Guzmán-Sala, Mayo-Castro, & Pérez-Sanchez, 2012).

Las promociones ayudan a estimular las ventas del producto habitación aumentando la frecuentación de turistas (Guzmán-Sala, 2015; Belch & Belch 2005). Así, la hotelería en la dinámica de la actividad turística, debe estar en condiciones de hacer frente al incremento de visitantes motivado por las promociones. En este sentido, los hoteles deben implementar programas y estrategias para aumentar su calidad (Guzmán-Sala & García-Martínez, 2014). Los turistas no solo llegan a disfrutar los sitios turísticos, en algunos casos también disfrutaban de los atractivos proveídos por los hoteles y entonces los hoteles se constituyen en una atracción capaz de aumentar la duración de la estancia del turista (Guzmán-Sala, Mayo-Castro, & Pérez-Sanchez, 2012). En efecto, el hospedaje es fundamental ya que un destino con gran potencial no puede ser desarrollado con la ausencia de los establecimientos de hospedaje. Los hoteles reciben a los turistas ofreciéndoles servicios extras tales como alimentos, recreación, internet entre muchos más (Savi-Mondo & Pereira, 2011; Campos & Golcalves 1998).

La rama hotelera de Tabasco necesita hacer énfasis la implementación de las estrategias promocionales, con la finalidad de incrementar la afluencia de visitantes y retenerlos por más tiempo (Guzmán-Sala, Peypoch, & Solonandrasana, 2006).

III. OBJETIVOS Y METAS

Analizar las promociones de las habitaciones de hotel en el Estado de Tabasco, con el propósito de identificar las estrategias promocionales que implementan las empresas hoteleras para atraer a los clientes. Las metas de esta investigación fueron las detectar las estrategias promocionales más utilizadas en este sector, además de mostrar los periodos de aplicación mensual y anual donde más se implementan.

IV. MATERIAL Y METODO

Investigación de corte cuantitativo, descriptivo y transversal sobre las promociones utilizadas en la industria hotelera de estado de Tabasco. Los datos del presente estudio se obtuvieron de una encuesta realizada con los empresarios del sector hotelero durante el periodo 2012-2013. El instrumento que se utilizó fue un cuestionario de preguntas abiertas y de opción múltiple. Para tal efecto se hizo un muestreo probabilístico por conglomerado con la participación de 429 empresarios del ramo ubicados en los 17 municipios de Tabasco. La muestra se calculó con un nivel de confianza de 90% y un margen de error de 0.05.

V. RESULTADOS

Los turistas que llegan a Tabasco se hospendan 39.5% hoteles de 4 estrellas, 32.5% hoteles de 5 estrellas, 19.5% hoteles 3 estrellas, 7% clase económica, y 1.5% hoteles de 2 estrellas (Guzmán-Sala & García-Martínez, 2014). Los establecimientos hoteleros en Tabasco ofertan en su mayoría 3 tipos de producto servicio habitación. De acuerdo con los resultados obtenidos 9% de los Hoteles ofertan 1 tipo de habitación, 28% ofertan 2 tipos, 35% ofertan 3 tipos, 19% ofertan 4 tipos, 4% ofertan 5 tipos, 2% ofertan 6 tipos, 1% ofertan 7 tipos y por último 1% ofertan 8 tipos de habitaciones.

Respecto al porcentaje mensual de hoteles que hace promociones en Tabasco los resultados muestran que en los meses de enero 4% de los hoteles realizan promociones, febrero 6%, Marzo 14%, abril con 31%, mayo con 4%, junio 6%, julio 13%, agosto 14%, septiembre 4%, octubre 5%, noviembre 3% y por último diciembre 40%. Los meses de marzo y abril muestran resultados muy favorables respecto a las promociones, al igual que los meses de julio y agosto, en cambio en el mes de diciembre los resultados tienden a ser muy favorables dado que las empresas de la industria hotelera intensifican aún más sus promociones.

Respecto a las promociones realizadas por las empresas durante el año, se identificaron que el 54% de las empresas hoteleras no realizan promociones, el 13% de las empresas 1 vez al año implementan promociones, el 14% solo 2 veces, 8% 3 veces, 3% 4 veces, 3% 5 veces, 1% 6 veces y por ultimo 5% con 12 veces. En su mayoría, representando un poco más de la mitad de los prestadores de servicios hoteleros, estos no realizan promociones durante el año, la falta de promoción afecta en la decisión de compra de los consumidores turistas e impacta en los niveles de afluencia turística.

En lo que concierne a las promociones más utilizada, el 57% de las empresas hoteleras realizan descuentos por grupos, 13% con descuentos con tarjeta de crédito, 9% con meses sin intereses con tarjeta de crédito, 4% precio especial por internet, 2% precio

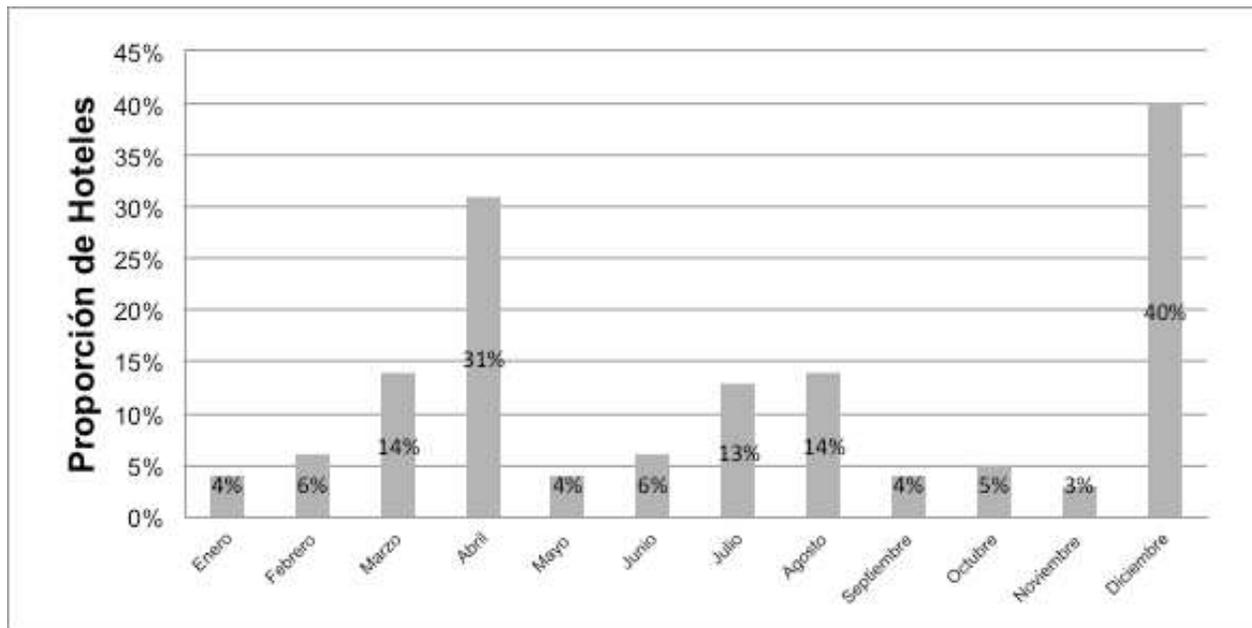


Figura 1. Porcentaje mensual de hoteles que hace promociones.

especial fin de semana, 2% paquetes por temporada, 2% con tarjeta VIP, 2% con estancia larga, 2% descuento eventos, 2% descuento de cliente frecuente, 2% bodas, y 2% alimentos incluidos. La industria hotelera de Tabasco, solo utiliza en su mayoría 4 tipos de promociones, las mejores promociones para captar clientes lo utiliza un grupo reducido de la industria, a pesar de los beneficios de la promoción que incentiva la lealtad de los clientes turistas para que regresen al destino otras veces.

VI. DISCUSIÓN

La promoción es una herramienta para estimular las ventas y causar un impacto favorable en el mercado de consumidores; sin embargo en ocasiones se requiere de fuertes inversiones que permitan incrementar la participación del hotel o atractivo en el mercado, lo que para muchos empresarios representa un gasto incensario (Geifman, 2013). En el sector hotelero el producto habitación al igual

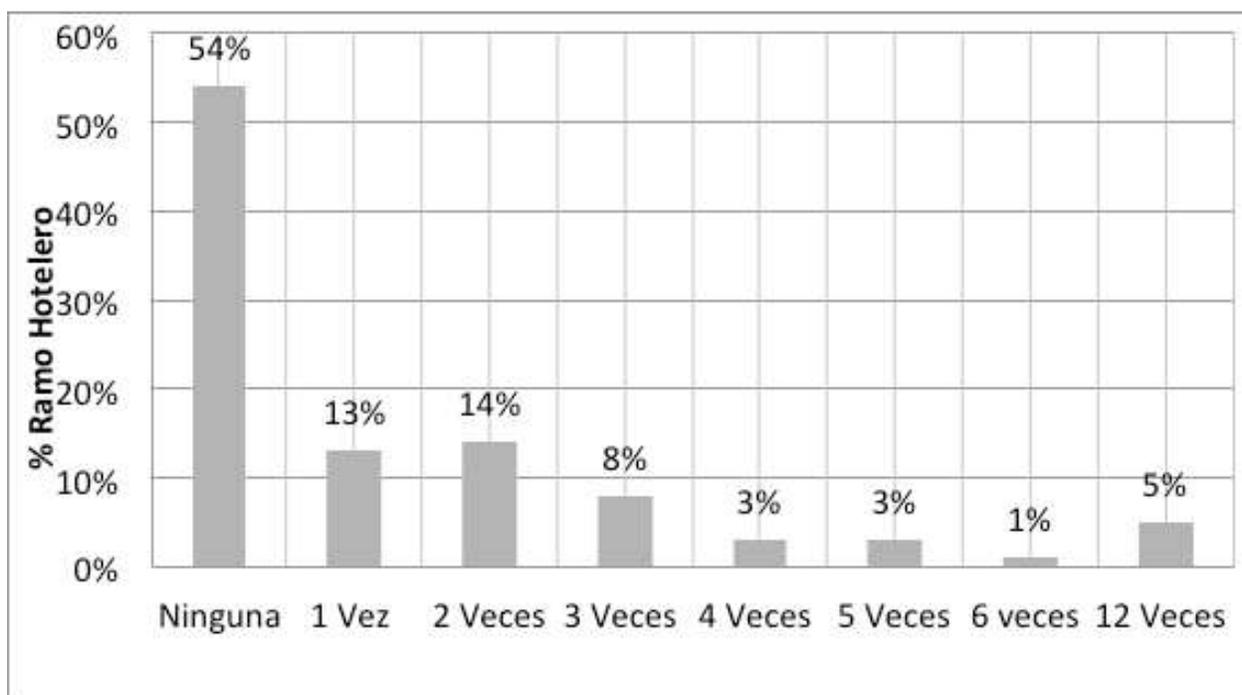


Figura 2. Promociones durante el año.

que los otros productos también requiere de una intensa campaña promocional, sobre todo en periodos de baja frecuentación de turistas. Estas promociones son diferenciadas por los turistas según sus necesidades que evidentemente tiene que ver con los tipos de habitaciones ofertadas por los hoteles. Los clientes prefieren una variedad de productos de acuerdo a sus gustos y preferencias

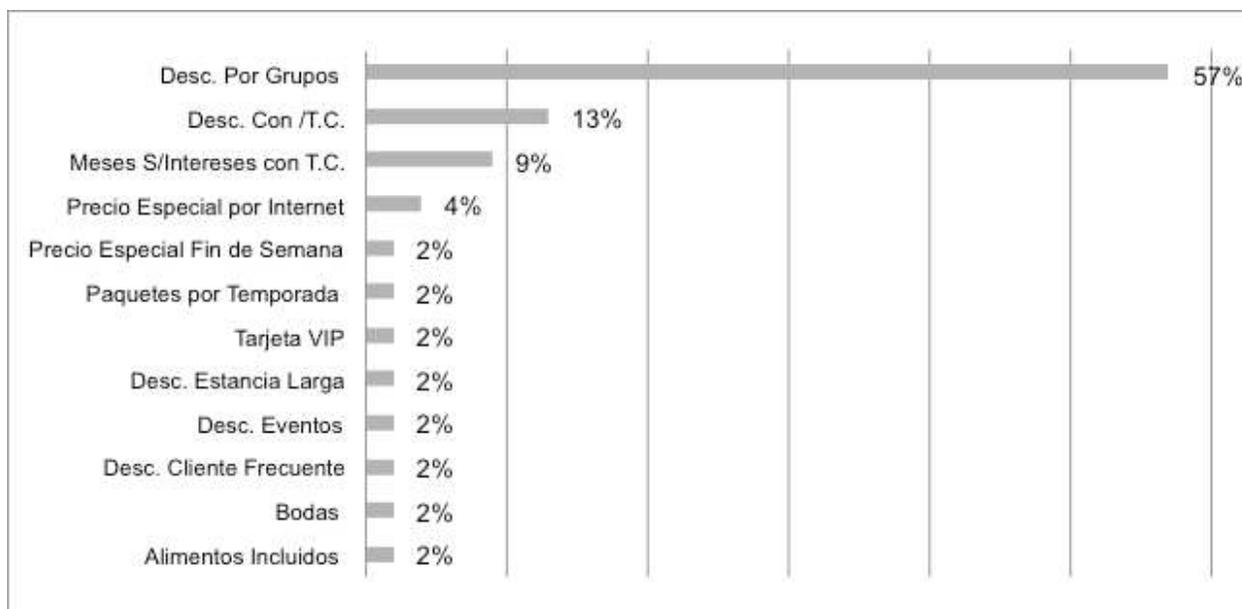


Figura 3. Promociones más usadas.

lo que determina la importancia de la diversificación de bienes y servicios en el mercado (Schnaars, 1993). Los resultados de oferta de producto habitación muestran una tendencia regular a buena, un 28% de los hoteles ofrecen 2 tipos, 35% ofrecen 3 tipos y 19% ofrecen 4 tipos. Las empresas deben implementar promociones en nuevas fechas para poder vender más, así podrán aumentar su participación en el mercado y aumentar las ventas durante los meses que no son considerados fuertes en ventas (Sarrias-Martí, 2013). Los resultados muestran que del total de hoteles: 54% no realizan ninguna promoción, el 13% solo 1 vez y 14% solo 2 veces. Es de suma importancia la aplicación de promociones que aporten a los productos un valor añadido y atractivo (Ferré-Trenzano & Ferré-Nadal, 1996). Las promociones más usadas son los descuentos por grupos con 57%, descuento con tarjetas de crédito 13% y meses sin intereses con 9%. Se observa que las promociones son muy pocas y que la mayoría de las empresas del sector no realiza ninguna promoción. Las empresas hoteleras de Tabasco, requieren implementar nuevas promociones del producto habitación en el sector.

VII. CONCLUSIÓN

Los resultados en la presente investigación mostraron que a pesar de los beneficios de las promociones, muchas empresas hoteleras no están invirtiendo en las promociones como estrategias para incrementar la clientela, de hecho el 54% no realiza promociones. Y las que si realizan, la mayoría de ellas las ofertan en los meses de marzo, abril, julio, agosto, y diciembre. Las promociones más utilizadas son los descuentos por grupos de turistas, pago con tarjetas de crédito y meses sin intereses. En términos generales, los empresarios de la industria hotelera tienen mucho trabajo por hacer respecto a implementar las estrategias promocionales, con miras a consolidar este importante sector.

VIII. REFERENCIAS

CAMACHO Gómez, M. (2013). *Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos de México*. Villahermosa Tabasco: SECTUR, FONATUR, H. Ayuntamiento de Centro, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

FERRÉ Trenzano, J., & Ferré Nadal, J. (1996). *Políticas y Estrategias de Promoción de Ventas y Merchandising: Cómo Utilizar de Forma Eficaz las Promociones y el Merchandising*. Madrid, España : Ediciones Díaz de los Santos.

GARCÍA Cebrían , R., & Olmos Juárez , L. (2011). *Estructura del Mercado Turístico*. Madrid: Editorial Paraninfo.

GEIFMAN , A. (14 de Octubre de 2013). FORBES . Recuperado el 27 de Julio de 2016, de FORBES.COM: <http://www.forbes.com.mx/cuanto-debemos-invertir-en-mercadotecnia/#gs.lgBcEc4>

GUZMÁN Sala, A., Peypoch, N., & Solonandrasana, B. (2006). *Pronóstico de la Demanda Turística en Tabasco*. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 113-122.

GUZMÁN Sala, A. (2015). *Los servicios y promociones en los establecimientos turísticos de Tabasco*. *Vincula Téctica EFAN*, 2316-2327.

GUZMÁN Sala, A., & García-Martínez , V. (2014). *El Sector turístico en Tabasco: La perspectiva de los servicios ofertados en los Hoteles, Restaurantes y Transporte*. Villahermosa: Clave Editorial, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco .

GUZMÁN Sala, A., Mayo Castro, A., & Pérez Sanchez , B. (2012). *Turismo: Enfoque Global*. Villahermosa: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco .

SÁNCHEZ Amboage, E. (2011). *El Turismo 2.0 un Nuevo Modelo de Promoción Turística*. *REDMARKA*, 33-57.

SARRIAS Marti , L. (2013). *Promociones para vender más*. España: Profit Editorial.

SAVI Mondo , T., & Pereira da Costa, J. (2011). *Influencia de la Comunicación de Marketing en la Captación de Clientes* . *Estudios y Perspectivas en Turismo* , 367-383.

SCHNAARS, S. P. (1993). *Estrategias de Marketing: un enfoque orientado al consumidor* . Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.

SECTUR, DATATUR. (2015). Obtenido de DATATUR.SECTUR.gob: http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario_Inicio

World Tourist Organization. (2016). Obtenido de unwto.org: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL SECTOR HOTELERO DEL ESTADO DE TABASCO

Andrés Guzmán Sala¹
Oscar Eduardo Hernández González²
Noemí Montejo Sánchez²
Candy Berenice Valenzuela Mendoza³
Hugo Eduardo Hernández Cortazar⁴

I. RESUMEN

Estudio sobre las fortalezas y debilidades del sector hotelero del estado de Tabasco, el cual es considerado un fuerte componente de la actividad turística. El objetivo del presente trabajo consiste en la identificar los factores que impiden y apoyan el avance del sector hotelero de Tabasco. En efecto es un estudio de corte cuantitativo, descriptivo y transversal. Los datos del presente estudio se basaron en una encuesta realizada en el periodo de junio del 2012 a mayo del 2013, con los dirigentes del sector hotelero de Tabasco, con el propósito de detectar sus debilidades. Para el estudio de las fortalezas, se obtuvo información a través de investigación documental. Los resultados muestran el sector presenta ciertas debilidades: el 39% de los hoteles no utilizan la herramienta de promoción de ventas, el 22% no cuentan con espacios recreativos, el 13% no tienen un programa de capacitación de personal, entre otras.

Con respecto a las fortalezas, se encontró que la infraestructura de los hoteles es de muy buena calidad, así como que cuentan con una amplia gama para todos los segmentos con un total de 4,554 habitaciones para abastecer a la demanda. La implementación de un portal web, un turismo de negocios desarrollado y la tecnología son otras fortalezas de este sector.

Palabras claves: Sector hotelero. Fortalezas. Debilidades. Turismo.

II. INTRODUCCIÓN

Los hoteles constituyen uno de los medios más antiguos del hospedaje (Ramírez-Cavassa, 2006). Hace unos años, las casas privadas ofrecían habitaciones a los viajeros, pero después estos se fueron independizando en diversos puntos estratégicos de las ciudades, como en el Medio Oriente donde los ferrocarriles dieron lugar a la

¹Profesor investigador de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

²Estudiante de la Licenciatura en Mercadotecnia de la DACEA-UJAT.

³Estudiante de la licenciatura Ciencias de la Educación de la DAEA-UJAT.

⁴Estudiante de la licenciatura en Administración de la DACEA-UJAT.
Dirección para recibir correspondencia: andresguz18@hotmail.com

construcción de un hotel en el centro de la ciudad, mientras que los aviones hicieron populares a los alojamientos que estaban cerca de los aeropuertos (McIntosh, Goeldner, & Ritchie, 2001). En la actualidad, hay varias cadenas de hoteles que han buscado expandirse hacia otros países. Los hoteles ahora están sujetos a los caprichos de la moda, por lo que debe restaurarse frecuentemente e idear nuevas estrategias para despertar el interés de los clientes (Halloway & Plant, 1996).

La importancia de los hoteles recae en ser considerados parte de un “paquete turístico”, es decir, es una de las principales cosas que se encuentra en la lista de los turistas al momento de visitar nuevos lugares, por eso, es muy grande la relación que tiene el sector hotelero con el destino turístico. Por tanto, al momento de realizar una inversión hotelera se debe de tener en consideración las necesidades actuales del mercado y los servicios basados en las condiciones del destino (Gurría Di-Bella, 1998).

Es un hecho que la popularidad que tienen los hoteles no solo se encuentra en lo agradable del destino turístico, también es imprescindible la calidad de servicio dirigido al huésped. Así, con productos de hostelería la calidad se mide en cómo se satisfacen las expectativas de los clientes” (Kotler, García de Madariaga-Miranda, Flores-Zamora, Bowen, & Makens, 2011). Un cliente satisfecho regresará al mismo hotel en su próximo viaje y lo recomendará a personas cercanas a él, beneficiándose de una imagen positiva en sus clientes. Sin embargo, con un cliente insatisfecho con el servicio del hotel, este contará su mala experiencia a un determinado número de personas perjudicando así la imagen y la reputación del hotel.

Un aspecto importante que los hoteles tienen que tener en consideración son sus fortalezas y debilidades. “Las fortalezas deben incluir las capacidades internas, los recursos y los factores favorables que podrían ayudar a la empresa a atender a sus clientes y alcanzar sus objetivos. Las debilidades incluyen limitaciones internas y factores negativos que pueden interferir en el rendimiento de la empresa” (Kotler, García de Madariaga-Miranda, Flores-Zamora, Bowen, & Makens, 2011).

Estos factores internos deben de ser estudiados cuidadosamente para saber aprovechar las oportunidades que se presenten en el entorno externo, así como para estar preparados ante cualquier amenaza que se pudiera presentar.

III. OBJETIVOS Y META

El objetivo del presente trabajo consiste en la identificar los factores que impiden y apoyan el avance del sector hotelero del Estado de Tabasco. La meta del presente análisis consiste en presentar resultados cuantitativos y cualitativos que permitan comprender los factores en estudio.

IV. MATERIAL Y MÉTODO

Investigación de corte cualitativo, descriptivo, transversal sobre las fortalezas y debilidades existentes en la industria hotelera del estado de Tabasco. Los datos del presente estudio se obtuvieron de una encuesta realizada en el periodo de junio del 2012 a mayo del 2013 con los dirigentes del sector hotelero, para efecto de detectar sus debilidades. El instrumento que se utilizó fue un cuestionario de preguntas abiertas y de opción múltiple. Se realizó un muestreo probabilístico por conglomerado con la participación de 429 empresarios del ramo ubicados en los 17 municipios de Tabasco. La muestra se calculó con un nivel de confianza de 90% y un margen de error de 0.05%. Con respecto a las fortalezas, se obtuvo información a través de investigación documental, en algunos libros sobre estudios del turismo en Tabasco.

V. RESULTADOS

Antes de analizar las fortalezas y debilidades del sector hotelero, es importante conocer como está catalogado el servicio que ofrece este sector por parte de los turistas que llegan al Estado de Tabasco.

En la figura 1, se puede analizar que en el año 2014 el servicio hotelero estaba catalogado mayormente como bueno con un 60.5%, un 24% de los turistas dijo que el servicio es excelente, un 13.3% ubicó el servicio como regular, 1.8% pensó que el servicio era malo y solo un 0.4% estuvo de acuerdo que era malo. Los resultados de la investigación muestran las siguientes debilidades.

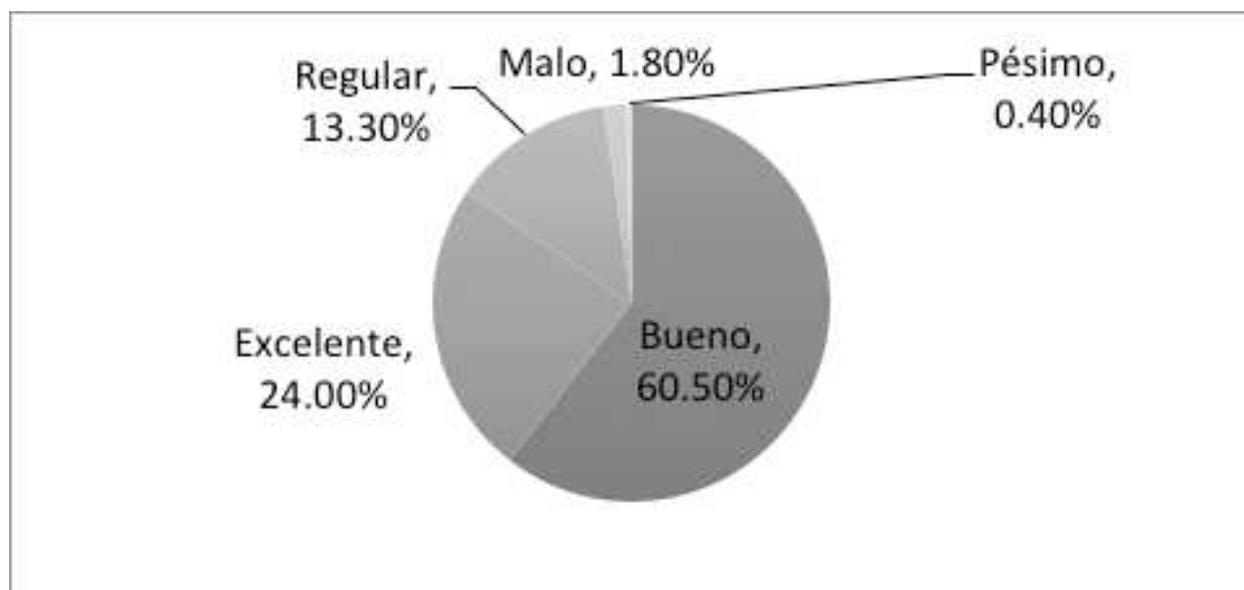


Figura 1. Percepción del servicio hotelero por parte de los turistas.

Fuente: El sector turístico en Tabasco: la perspectiva de los servicios ofertados en los hoteles, restaurantes y transporte (Guzmán-Sala & García-Martínez, 2014).

5.1. Debilidades del sector hotelero en Tabasco

Una de las principales debilidades que enfrentó el sector hotelero tabasqueño en el año 2013 fue la falta de promoción de los servicios que ofrece con un 39%. Un 22% de los hoteles no cuentan con espacios recreativos para el entretenimiento del turista. El 13% tampoco cuenta con un programa de capacitación continuo en

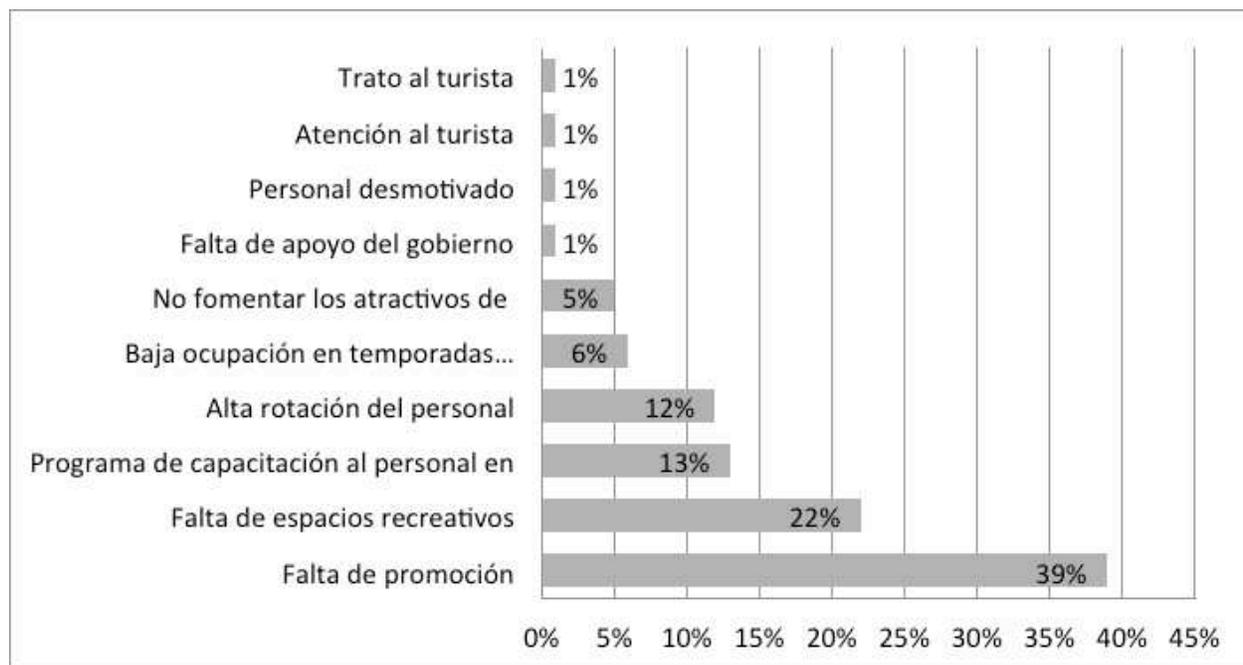


Figura 2. Debilidades del sector hotelero en Tabasco.
Fuente: Elaboración propia.

atención a clientes para su personal. Una alta rotación de personal hotelero es considerada una debilidad más con un 12%, con un 6% los hoteleros mencionan que una baja ocupación hotelera en temporadas altas es considerada una debilidad, al igual que no fomentar los atractivos con los que cuenta el estado con un 5%. Con el 1% se encuentran la falta de apoyo del gobierno, un personal desmotivado, atención al turista y el trato al turista.

5.2. Fortalezas del sector hotelero en Tabasco

Las fortalezas son los recursos con que cuenta toda organización para competir en un determinado mercado. En el caso del sector turístico en Tabasco, los hoteles cuentan con fortalezas que es necesario desglosar.

Como se muestra en la figura 3, en el año 2013 los hoteles de categoría económica hasta gran turismo contaban con infraestructura de calidad y con una capacidad de 4, 554 cuartos. Otra fortaleza del sector hotelero de Tabasco es que cuenta con suficientes hoteles de 3, 4 y 5 estrellas para cumplir toda la demanda, y la mayoría de estos cuenta con un turismo de negocio desarrollado. Además, los hoteles de Tabasco

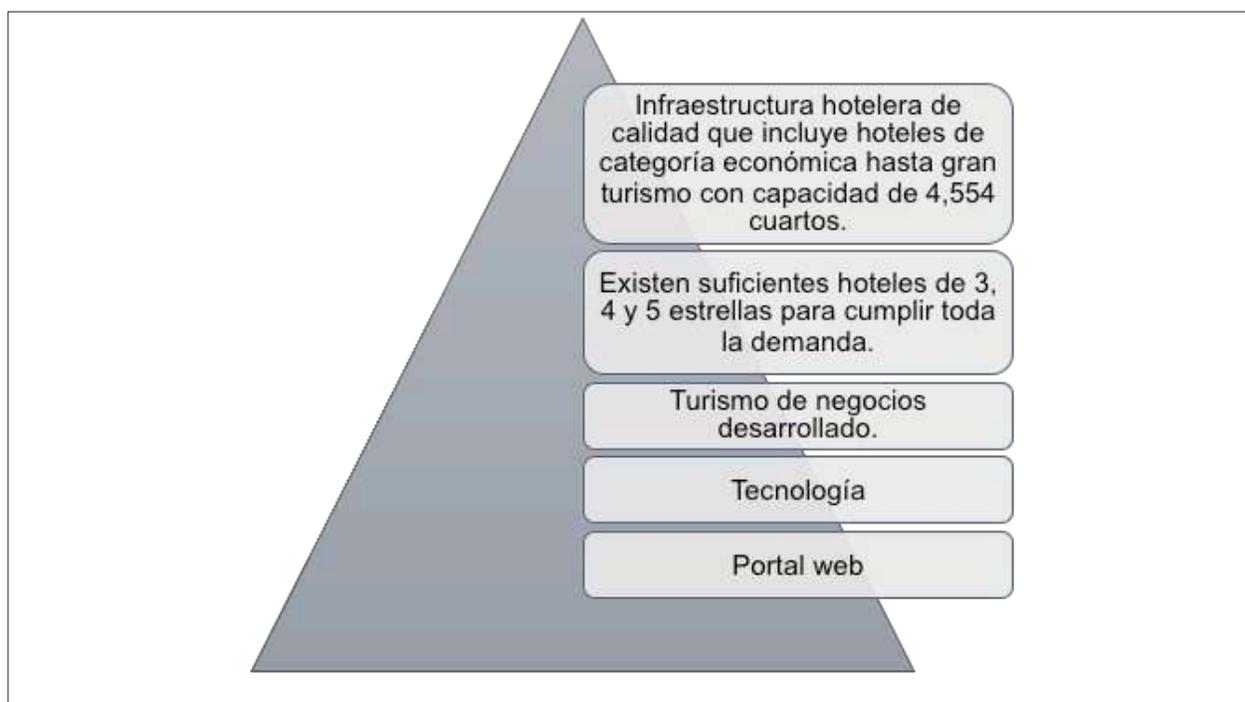


Figura 3. Fortalezas del sector hotelero en Tabasco.

Fuente: Elaborado con datos de Agenda de competitividad de los destino turísticos de México (Camacho Gómez, 2013).

cuentan con tecnología avanzada, y su propio portal web, con estas fortalezas el sector hotelero de Tabasco yergue como uno de los más importantes de la región.

VI. DISCUSIÓN

“La empresa no tiene que corregir todas sus debilidades, ni tampoco vanagloriarse de todas sus fortalezas, pero si poder aprovechar las oportunidades que se presentan haciendo uso de todos los recursos disponibles” (Kotler & Keller, 2006). El sector hotelero en Tabasco es considerado “bueno”, debido a que la mayoría de los hoteles están bien equipados y posee una oferta interesante a la vista del turista. Cuentan con una amplia variedad de habitaciones, desde económicos hasta gran turismo, a fin de atender los diferentes segmentos de mercados: turistas de ocio, y de negocios. Así como también a la clase media y a la clase alta. En el 2013, una gran variedad de hoteles contaban con un total de 4,554 habitaciones en la ciudad para abastecer a una fuerte demanda. En el año 2014 se registró una ocupación de 2,192,043 habitaciones por noche y la llegada de 1,024,123 turistas al territorio tabasqueño, de los cuales 76,557 eran extranjeros y 947,546 eran nacionales (Secretaría de Turismo, 2014).

En los últimos años, la atracción de turistas extranjeros ha ido en aumento y el sector hotelero cuenta con las habitaciones necesarias para satisfacer esta demanda. Gracias al turismo de negocios, el sector hotelero ha sido sede de

varios congresos, lo que les permite ser más competitivos nacionalmente. La mayor parte de los hoteles cuenta con tecnología avanzada, tales como la implementación de equipo de oficina moderno. El contar con un portal web es considerado una fortaleza para que los prospectos conozcan los servicios que ofrece el hotel, así como la importancia de las reservaciones en línea.

Sin embargo, existen limitantes para este sector y esto se debe principalmente a la falta de promoción. Teniendo en cuenta que la promoción es “captadora de atención” (Halloway & Plant, 1996), los hoteles no implementan promociones constantemente para incentivar a los consumidores a la adquisición del servicio, las cuales pueden depender de descuento en habitaciones, desayunos gratis, concursos o regalos. “Los hoteles ofrecen entretenimiento gratis al cliente potencial con la esperanza de que esto los anime a recomendar el hotel” (Kotler, García de Madariaga-Miranda, Flores-Zamora, Bowen, & Makens, 2011); sin embargo, el 22% de los hoteles del Tabasco no cuentan con espacios recreativos, por lo que un cierto número de huéspedes no quedan satisfechos completamente (Guzmán-Sala & García-Martínez, 2014). La importancia de contar con este tipo de espacios genera una experiencia al cliente durante su estadía en el hotel, logrando así recomendaciones con otras personas y una segunda visita. El 13% de los hoteles no cuentan con un programa de capacitación para el personal en atención al cliente, lo que puede ser perjudicial teniendo en consideración la llegada de turistas extranjeros y las exigencias de algunos clientes. El programa de capacitación al personal debe estar presente en todos los hoteles, pues depende de los empleados crear relaciones con los clientes para incrementar el valor de la empresa (Johnston & Marshall, 2009). La alta rotación del personal hotelero fue considerado como una debilidad más con un 12%, de hecho es costoso perder tanto huéspedes como a empleados (Kotler, García de Madariaga-Miranda, Flores-Zamora, Bowen, & Makens, 2011). Esto puede perjudicar mucho al hotel en sus actividades diarias y generar una mala perspectiva laboral al posible personal de trabajo. Los 4 factores antes mencionados son considerados los más críticos por su alto porcentaje, sin embargo, no hay que ignorar las demás debilidades tales como no fomentar los atractivos de Tabasco, baja ocupación en temporadas altas, falta de apoyo del gobierno, personal desmotivado, atención al turista y el trato al turista, que si bien tuvieron menor porcentaje en la encuesta realizada durante los años 2012 y 2013 (figura 2), podría llegar a ser una amenaza a largo plazo si no se toman las decisiones necesarias para su corrección.

VII. CONCLUSIÓN

El servicio que ofrece el sector hotelero en Tabasco fue considerado como bueno por parte de los turistas en general en el año 2014; sin embargo, los resultados de la encuesta con los empresarios revelaron que existen más debilidades que fortalezas en el sector hotelero. La falta de promoción fue considerada la debilidad más grande que presentan varios hoteles de la entidad, seguida de la falta de espacios recreativos, falta de programas de capacitación al personal en

atención al turista, alta rotación del personal, baja ocupación en temporadas altas, no fomentar los atractivos de Tabasco, falta de apoyo del gobierno, personal desmotivado, atención y trato al turista. Es responsabilidad de la empresa hacer frente a estas debilidades mediante la utilización de herramientas de marketing que pueden resultar beneficiosas para la empresa hotelera, la importancia de la capacitación constante y reconocimientos laborales del personal puede traer ventajas en el desempeño de estos y brindar una mejor atención a los clientes. Las exigencias del mercado demanda contar con encargados de recepción y ventas con habilidades del idioma inglés en donde la capacitación juega un rol preponderante.

Respecto a las fortalezas, los hoteles del Estado cuentan con instalaciones adecuadas, equipo moderno, páginas web y un turismo de negocios desarrollado. Tabasco es un destino con atractivos naturales y un amplio turismo de negocios, lo cual es ventajoso para las empresas hoteleras al momento de formular sus estrategias e innovar sus servicios. La rama hotelera de Tabasco debe considerar que el mercado turístico actual es muy exigente y cambiante, existe una fuerte presión de las cadenas hoteleras internacionales que cada día se posicionan más en el mercado turístico.

La empresa hotelera debe tener la capacidad de saber aprovechar al máximo sus fortalezas y saber convertir sus debilidades en oportunidades, sobre todo estos tiempos donde el petróleo poco a poco pierde importancia como fuente generadora de recursos financieros para México y Tabasco. Se fomenta de los atractivos turísticos de Tabasco a nivel nacional e internacional, al ser el componente principal del sector, y los hoteles aunque en algunas ocasiones se convierten en atractivos por sí solos, su función principal es la de servir de soporte a los atractivos convirtiendo sus debilidades en fortaleza para aprovechar las oportunidades del mercado turístico.

VIII. REFERENCIAS

CAMACHO Gómez, M. (2013). *Agenda de competitividad de los destinos turísticos de México*. Villahermosa.

GURRÍA Di-Bella, M. (1998). *Introducción al turismo*. Distrito Federal, México: Trillas.

GUZMÁN Sala, A. (2013). *Informe en extenso de los hallazgos, en los sectores hoteleros, restaurantero y transporte turístico*. Villahermosa.

GUZMÁN Sala, A., & García Martínez, V. (2014). *El sector turístico en Tabasco: la perspectiva de los servicios ofertados en los hoteles, restaurantes y transporte*. Distrito Federal, México: Clave.

HALLOWAY, J. C., & Plant, R. V. (1996). *Mercadotecnia turística*. Distrito Federal: Diana.

JOHNSTON, M. W., & Marshall, G. W. (2009). *Administración de ventas*. Distrito Federal, México: McGraw Hill.

KOTLER, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de marketing*. México: Pearson.

KOTLER, P., García de Madariaga Miranda, J., Flores Zamora, J., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2011). *Marketing turístico*. Madrid, España: Pearson.

MCINTOSH, R. W., Goeldner, C. R., & Ritchie, J. B. (2001). *Turismo: Planeación, administración y perspectivas*. Distrito Federal, México: Limusa.

RAMÍREZ Cavassa, C. (2006). *Marketing turístico*. Distrito Federal, México: Trillas.

Secretaría de Turismo. (2014). Sistema integral de información de mercados turísticos. Obtenido de: http://201.159.142.19/Cognos/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2fpackage%5b%40name%3d%27siimt_master%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27ACTIVIDAD_HOTELERA_ESTADO%27%5d&ui.name=ACTIVIDAD_HOTELERA_ESTADO&run.outputFormat

PERCEPCIÓN Y DISPOSICIÓN DE DOCENTES UNIVERSITARIOS PARA COMPRAR EN EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES

Deisy María Jerónimo Jiménez¹
Carlos Alberto Paz Gómez¹
Manuela Camacho Gómez¹
Tomás Francisco Morales Gárdenas ¹
Jenner Priego Padrón

I. RESUMEN

Investigación realizada en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco en la División Académica de Ciencias Económico Administrativas del municipio del Centro, Tabasco, para conocer la percepción que tienen los docentes del área económico administrativo sobre la responsabilidad social de las empresas, para ello se empleó un cuestionario conformado con información de datos demográficos y 16 ítems relacionados con la percepción hacia estas empresas, en los aspectos económico, legal, ética y filantropía, y 7 ítems más para identificar preferencias de compra en ellas. En el estudio participaron 134 docentes, dando como resultado que prefieren comprar en empresas socialmente responsable.

II. INTRODUCCIÓN

Responsabilidad Social Empresarial (RSE) abarca todo tipo de organización ya sea pública o privada, que ofrezca servicios o venta de productos tangibles o intangibles, la cual realiza sus actividades dentro de un medio ambiente el cual es social dado por sus empleados, consumidores, proveedores y competidores; influenciada por lo nacional e internacional en relación a políticas de impuestos, normas ambientales, ética, entre otros (Jaramillo, 2006).

Donde el término RSE, está relacionado a lo económico, lo sociocultural, el medio ambiente y lo legal (Martínez, 2005, p. 31), es decir el comportamiento ético de la empresa hacia estas variables. Para valorar la ética de la empresa se consideran: el respeto y fomento de los derechos humanos; condiciones laborales; calidad en los servicios o productos; conservación y protección (García-Marzá, 1998 en Navarro, 2008), la responsabilidad filantrópica se relaciona a la colaboración en programas de formación e integración de la juventud, obras sociales, preservación de la cultura, apoyo para las artes, y mejora del medio ambiente.

¹ Profesor-investigador de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Dirección para recibir correspondencia: tabasquenamx@hotmail.com

Con respecto a la responsabilidad económica De la Cuesta y Valor (2003), mencionan que implica un comportamiento responsable de la empresa considerando al accionista o propietario avalándole un uso adecuado de su capital y garantizando el cumplimiento de sus intereses de todo tipo; en el caso del cliente, ofreciéndole precios competitivos en bienes y servicios de calidad; para los proveedores, pagándoles precios justos por sus productos o servicios y sin abusar del poder de mercado, y para los empleados pagando salarios justos. Las consideraciones legales dentro de la responsabilidad empresarial deben basarse en el respeto a la soberanía de los países en que operan, a sus leyes como son los derechos laborales a la no discriminación, derecho a descansos y vacaciones y no contratación de mano de obra infantil, el derecho a la libertad, la libertad religiosa y de opinión (De la Cuesta y Valor, 2003).

Así que la Norma ISO 26000 (2010, p. 2), establece como RSE “los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente”.

En este contexto, la RSE es concebida como una decisión organizacional voluntaria que procura equilibrar su crecimiento y competitividad económica, a la par que asume compromisos con el desarrollo social y humano; y la optimización del medio ambiente. Todo ello con apego a la mejora continua y al respeto absoluto a las normas y valores de la sociedad a la que sirven (Navarro, 2013).

Como evidencia empírica se menciona la investigación de Ojeda y Mul (2014), realizada en la Ciudad de Mérida, Yucatán, México con empresas mexicanas, cuyo propósito fue obtener la perspectiva de los consumidores sobre la RSE. El proyecto indagó sobre las dimensiones económica, legal, ética y filantrópica. Dentro de los principales hallazgos se puede citar el hecho de que el 75.7% de los consumidores encuestados manifestó que las empresas deben planear su éxito en el largo plazo y también el 72.3% está de acuerdo en que las empresas persigan mejorar sus resultados económicos. En el aspecto legal, 83.9% indican que los empleados de las RSE deben actuar dentro de los estándares definidos por la ley. En el componente ético se pudo apreciar que los informantes dan especial importancia al vínculo de la ética con el desempeño económico. El 79.6% manifiesta su acuerdo en el hecho de las corporaciones deben estar comprometidas con principios éticos y el 60.5% que éstas deben evitar comprometer estándares éticos a fin de lograr objetivos corporativos. Finalmente, en el renglón de la filantropía, el 72.8% de las personas encuestadas dejaron ver que las empresas deben ayudar a resolver la problemática social, preocuparse por asuntos públicos y destinar recursos económicos para la realización de actividades de este rubro.

Para determinar si las empresas socialmente responsables (ESR) influyen en la decisión de compra de los consumidores, la investigación de Bigné, Andreu, Chumpitaz, y Swaen (2006) realizada a 275 estudiantes universitarios, obtuvo que solo el 15% considera totalmente necesaria la RSE para comprar. Pero GlobeScan (2012) en su estudio en seis mercados internacionales: Brasil, China, Alemania,

India, Reino Unido y Estados Unidos encuestó a 6,224 personas y demostró que el 60% de los consumidores están "dispuestos a pagar más por productos con beneficios sociales y ambientales".

Cuando un cliente compra algo lo hace por motivaciones para obtener una ventaja a cambio del pago, para cubrir una necesidad y resolver sus problemas, y la ética en las empresas influye en el cliente de manera positiva al provocar que compren en ellas, logrando su fidelidad (Bastos, 2006).

Estos son los referentes teóricos que sustentan la investigación así como las variables estudiadas.

III. OBJETIVOS Y METAS

Determinar la percepción de los docentes universitarios en relación hacia la RSE en los términos de sus acciones económicas, legales, éticas y filantrópicas. Evaluar la disposición de compra de estos docentes en ESR.

IV. MATERIAL Y MÉTODO

Con base en el análisis teórico y la problemática planteada la pregunta de investigación que guió este trabajo fue: ¿Cómo perciben los docentes universitarios de Tabasco, las acciones y los logros de las empresas socialmente responsables? ¿Esta percepción acerca de las ESR influye para que prefieran consumir en ellas? El diseño de la investigación se realizó mediante el método cuantitativo con enfoque no experimental; se observaron y midieron situaciones como la responsabilidad económica, legal, ética y filantrópica.

El universo lo conforma 280 profesores (DACEA, 2016, p. 10) de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, los cuales representan en gran medida a la clase media de Villahermosa, Tabasco, México y al estar en un contexto administrativo están familiarizados con el término de RSE.

Cumpliendo con los criterios metodológicos necesarios para un 95% de confianza, +/- 5% de error, un coeficiente de Z de 1.96, una probabilidad (p) del 50%, la muestra estimada fue de 162, de acuerdo a la fórmula utilizada para poblaciones finitas.

Se aplicó un instrumento, el cual midió la parte demográfica, incluyendo 16 ítems para medir la percepción de los profesores sobre la RSE, 7 ítems más para medir la existencia favoritismo por comprar en las ESR. Los ítems están en la escala de Likert, con los siguientes valores: 1. Muy en desacuerdo; 2. En desacuerdo; 3. Ligeramente en desacuerdo; 4. Ligeramente de acuerdo; 5. De acuerdo; 6. Muy de acuerdo.

Donde:

$n = \frac{(Z^2 p^*q * N)}{(e^2 (N-1) + Z^2 p^*q)}$	N= población total a estudiar	280
	Z= Nivel de confianza	1.96
	p= probabilidad a favor	50%
	q= probabilidad en contra	50%
	e= error de estimación	5%
	n= la muestra	162

V. RESULTADOS PARCIALES

En el periodo de septiembre 2015 a febrero 2016, se aplicó el instrumento a 134 profesores de los 162 que señala la muestra, de los encuestados 88 son hombres y 46 (ver tabla 1) mujeres, con un rango de edad de 24 a 71 años (ver Anexo 1), siendo el 55% correspondiente a una edad entre 41 y 60 años, mientras que el 27% es menor a 41 años, y el 18% fue mayor a 60 años.

	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	46	34.3
Masculino	88	65.7
Total	134	100

Tabla 1: Género

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada de septiembre 2015 a febrero 2016.

La variable responsabilidad económica evaluada con los ítems: A. Maximizar las ganancias. B. Controlar estrictamente sus costos de producción y D. Mejorar siempre los resultados económicos, en los cuales el 88% de los encuestados respondió estar “De acuerdo” o “Muy de acuerdo” (ver tabla 2).

La responsabilidad legal se puede ver medida en la tabla 3 por los ítems: E. Asegurarse de que sus empleados actúan dentro de los estándares definidos por la ley; F. Cumplir con sus obligaciones contractuales; G. Evitar infringir la ley, incluso si esto ayuda a mejorar el rendimiento; con respecto a esta variable el 93.8% demostró estar “De acuerdo” o “Muy de acuerdo”.

Por otra parte, la responsabilidad ética se midió con los siguientes ítems: H. Respetar siempre los principios definidos por el sistema regulatorio; I. Cumplir con los aspectos éticos aunque afecten negativamente el desempeño económico; J. Asegurar que el respeto a los principios éticos tiene prioridad sobre el desempeño económico; K. Estar comprometida con principios éticos bien definidos; L. Evitar comprometer los estándares éticos a fin de lograr los objetivos corporativos, en su conjunto la respuesta que obtuvo fue del 86.1% con respecto a los valores “De acuerdo” o “Muy de acuerdo” (ver tabla 4).

	A	B	C	Porcentaje
Muy en desacuerdo	0.7	1.5	0	0.7
En desacuerdo	2.2	0.7	0	1.0
Ligeramente en desacuerdo	3.7	2.2	3	3.0
Ligeramente de acuerdo	9.7	6	6	7.2
De acuerdo	40.3	35.1	36.6	37.3
Muy de acuerdo	43.3	54.5	54.5	50.8
Total en porcentaje	100	100	100	100

Tabla 2: Responsabilidad económica

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada de septiembre 2015 a febrero 2016.

	E	F	G	Porcentaje
En desacuerdo	0.7	0	3	1.2
Ligeramente en desacuerdo	1.5	0.7	0	0.7
Ligeramente de acuerdo	5.2	5.2	2.2	4.2
De acuerdo	20.1	17.9	27.6	21.9
Muy de acuerdo	72.4	76.1	67.2	71.9
Total en porcentaje	100	100	100	100

Tabla 3: Responsabilidad legal

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada de septiembre 2015 a febrero 2016.

	H	I	J	K	L	Porcentaje
Muy en desacuerdo	0	1.5	0	0	2.2	0.7
En desacuerdo	2.2	0.7	0	9	2.4	
Ligeramente en desacuerdo	0	2.2	0.7	0	4.5	1.5
Ligeramente de acuerdo	6	14.9	11.2	6	8.2	9.3
De acuerdo	22.4	23.9	23.1	23.1	28.4	24.2
Muy de acuerdo	71.6	55.2	64.2	70.9	47.8	61.9
Total en porcentaje	100	100	100	100	100	100

Tabla 4: Responsabilidad ética

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada de septiembre 2015 a febrero 2016.

Por último, en la tabla 5 de la responsabilidad filantrópica se muestran las variables que la midieron: M. Ayudar a resolver problemas sociales; N. Participar en la gestión de los asuntos públicos; O. Destinar parte de sus recursos a las actividades filantrópicas; P. Desempeñar un papel importante en nuestra sociedad más allá de la pura generación de beneficios; con respecto a esta variable solo los ítems M y P lograron una aceptación de más del 85%, pero en relación a los ítems N y O solo el 64.55% dijo estar “De acuerdo” a “Muy de acuerdo”.

	M	N	O	P	Porcentaje
Muy en desacuerdo	0	1.5	2.2	0.7	1.1
En desacuerdo	0	4.5	3	0.7	2.1
Ligeramente en desacuerdo	1.5	6	8.2	2.2	4.5
Ligeramente de acuerdo	9	20.1	25.4	11.2	16.4
De acuerdo	31.3	38.8	34.3	38.1	35.6
Muy de acuerdo	58.2	29.1	26.9	47	40.3
Total en porcentaje	100	100	100	100	100

Tabla 5: Responsabilidad filantrópica

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada de septiembre 2015 a febrero 2016.

Con relación a la existencia de preferencia por comprar en las ESR, considerando lo económico, las preguntas que se realizaron fueron las siguientes: A. Pagaría más por comprar productos/servicios de una empresa socialmente responsable; D. Pagaría más por productos/servicios de una compañía que demuestra su cuidado por el bienestar de nuestra sociedad; la respuesta obtenida fue que solo el 63.45% de los encuestados pagaría más si son ESR (ver tabla 6).

Para medir la fidelidad del consumidor a las ESR en la tabla 7 se muestran las variables: B. Considero la reputación ética de los negocios, al momento de hacer compras; C. Evito comprar productos/servicios de empresas que han participado en

	A	D	Porcentaje
Muy en desacuerdo	4.5	2.2	3.35
En desacuerdo	6	2.2	4.1
Ligeramente en desacuerdo	9	6	7.5
Ligeramente de acuerdo	27.6	15.7	21.65
De acuerdo	27.6	36.6	32.1
Muy de acuerdo	25.4	37.3	31.35
Total en porcentaje	100	100	100

Tabla 6: Preferencia de compra en ESR factor económico

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada de septiembre 2015 a febrero 2016.

acciones inmorales; E. Si el precio y la calidad de dos productos/servicios son iguales, compraría con la compañía que tenga una reputación de responsabilidad social; F. Compraría los productos/servicios de una empresa por el hecho de ser una empresa socialmente responsable; G. Influye en su decisión de compra que una empresa sea socialmente responsable; la respuesta obtenida fue que el 77.1% de los encuestados aceptaron que serían fieles a la empresa si es socialmente responsable.

	B	C	E	F	G	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1.5	3	0	6	6.7	3.4
En desacuerdo	0.7	4.5	0	2.2	1.5	1.8
Ligeramente en desacuerdo	5.2	3	1.5	1.5	3.7	3.0
Ligeramente de acuerdo	23.1	12.7	11.2	12.7	21.6	16.3
De acuerdo	33.6	24.6	23.9	31.3	32.8	29.2
Muy de acuerdo	35.8	52.2	63.4	46.3	33.6	46.3
Total en porcentaje	100	100	100	100	100	100.0

Tabla 7: Preferencia de compra en ESR factor fidelidad

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada de septiembre 2015 a febrero 2016.

VI. DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN

Los resultados obtenidos, evidencia que la RSE percibida por los profesores universitarios de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco en lo que respecta a las variables: económica, ética y legal coinciden con los resultados obtenidos en investigaciones similares (Ojeda y Mul, 2014), las cuales demostraron una aceptación del 80% o más, pues una ESR debe ser coherente con lo que hace dentro y fuera de ella, con su medio ambiente, accionistas, competidores, proveedores, clientes y empleados, pues estas tres variables están relacionadas entre sí. Las empresas deben generar ganancias, pero sujeto a las leyes y aplicadas con ética, con un comportamiento correcto de acuerdo a la legislación y sociedad que las demanda.

Por el contrario la responsabilidad filantrópica cuya aceptación fue menor a 63.45%, al medir si las ESR deben participar en gestiones de asuntos públicos y destinar gran parte de sus recursos a este tipo de responsabilidad, los clientes consideraron que estas gestiones son responsabilidad del gobierno no de las empresas, lo cual queda manifestado por Morales (2013) de la siguiente forma “no deben sustituir una obligación del estado, y menos, patrocinar la falta de responsabilidad de los dirigentes de gobierno, el Estado debe convertirse en el ejemplo de responsabilidad social ante las empresas, la academia y la comunidad en general, y esto se logra con políticas sociales responsables debidamente formuladas por profesionales y no por políticos o burócratas de turno”.

La edad o el género son variables que en este estudio resultaron no influir de manera negativa en la percepción del consumidor hacia las RSE ni en su decisión de comprar en ellas, contrario a los resultados de Arredondo, Maldonado, y De la Garza (2011) quienes encontraron diferencias debido a que el ser humano a medida que avanza en su madurez, incluye en sus decisiones el impacto social y no únicamente satisface su propia necesidad o su interés por aceptación del grupo, y en el caso de las mujeres tienden hacer empáticas hacia la parte social y por ende a las ESR.

Las diferencias encontradas en este trabajo de investigación con el de Arredondo, et al. (2011), se pueden deber a que la muestra es homogénea en cuanto a la actividad económica que realizan, pues son profesores universitarios de un área de conocimiento económico administrativo, nivel socioeconómico y de estudios similares, provocando una población con características similares, que comparte la misma idea sobre la RSE.

Puede concluirse, que los resultados previos obtenidos en esta investigación, han demostrado que la actividad económica, edad y el género influyen en la población al momento de ser consumidores en ESR, al tener características similares como es el nivel de estudios y socioeconómico, les permite percibir el impacto de las ESR de distintas maneras.

VIII. REFERENCIAS

ARREDONDO Trapero, F. G., Maldonado De Lozada, V. d., & De la Garza García, J. (2011). *El consumidor ante la responsabilidad social corporativa. Actitudes según edad y género*. Cuadernos de Administración, 24 (43), 285-305. Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=89083624&lang=es&site=ehost-live>.

BASTOS Boubeta, A. I. (2006). *Fidelización del cliente. Introducción a la venta personal y a la dirección de ventas*. España: Ideaspropias.

BIGNÉ, E., Andreu, L., Chumpitaz, R., & Swaen, V. (2006). *La influencia de la responsabilidad social corporativa en el comportamiento de compra de estudiantes universitarios*. ESIC MARKET, 163-189. Recuperado de http://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/070118_140939_E.pdf.

DE LA CUESTA González, M., & Valor Martínez, C. (2003). *Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España*. Boletín Económico de ICE, N° 2755, 7-19. Recuperado de http://www.revistasice.info/cache/pdf/BICE_2755_07-19__843B2AFA16833BD45F65BF48332D2587.pdf.

GLOBESCAN. (2012). *Re:Thinking Consumption. Consumers and the Future of Sustainability*. Recuperado de <http://www.globescan.com/component/edocman/?task=document.viewdoc&id=51&Itemid=0>.

ISO 26000:2010. (2010). Guía de Responsabilidad Social. Recuperado de <http://www.globalstd.com/pdf/rs-iso26000-2010.pdf>.

JARAMILLO Panesso, J. (2006). *Manos en el fuego*. Medellín, Colombia: ITM.

MARTÍNEZ Herrera, H. (2005). *El marco ético de la responsabilidad social empresarial*. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.

MORALES Medina, J. S. (17 de mayo de 2013). *El Estado y la responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de Blog de la Responsabilidad Social Empresarial: <http://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/jumormed/2013/05/17/el-estado-y-la-responsabilidad-social-empresarial/>

NAVARRO García, F. (2008). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica*. Madrid, España: ESIC Editorial.

NAVARRO García, F. (2013). *Responsabilidad Social Corporativa*. México: Alfaomega ESIC.

OJEDA, R., & Mul, J. (2014, octubre). *Evaluación de los consumidores sobre la responsabilidad social corporativa en Mérida, Yucatán, México*. Ponencia presentada en Asamblea General de ALAFEC. Panamá, Panamá.

Anexo 1: Edad de los encuestados

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
24	2	1.5	1.5	1.5
26	1	0.7	0.7	2.2
28	1	0.7	0.7	3
30	1	0.7	0.7	3.7
32	3	2.2	2.2	6
33	4	3	3	9
34	1	0.7	0.7	9.7
35	3	2.2	2.2	11.9
36	3	2.2	2.2	14.2
37	5	3.7	3.7	17.9
38	6	4.5	4.5	22.4
39	1	0.7	0.7	23.1
40	5	3.7	3.7	26.9
41	1	0.7	0.7	27.6
42	5	3.7	3.7	31.3

PERSPECTIVAS CIENTÍFICAS EN ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

43	1	0.7	0.7	32.1
44	4	3	3	35.1
45	5	3.7	3.7	38.8
46	5	3.7	3.7	42.5
47	2	1.5	1.5	44
48	5	3.7	3.7	47.8
49	2	1.5	1.5	49.3
50	2	1.5	1.5	50.7
51	8	6	6	56.7
52	4	3	3	59.7
53	3	2.2	2.2	61.9
54	3	2.2	2.2	64.2
55	2	1.5	1.5	65.7
56	3	2.2	2.2	67.9
57	3	2.2	2.2	70.1
58	1	0.7	0.7	70.9
59	4	3	3	73.9
60	11	8.2	8.2	82.1
61	4	3	3	85.1

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
62	4	3	3	88.1
63	3	2.2	2.2	90.3
64	4	3	3	93.3
65	2	1.5	1.5	94.8
66	1	0.7	0.7	95.5
67	1	0.7	0.7	96.3
68	2	1.5	1.5	97.8
69	1	0.7	0.7	98.5
70	1	0.7	0.7	99.3
71	1	0.7	0.7	100
Total	134	100	100	

AUTLÁN: UN CORPORATIVO ECONÓMICO NACIONAL

Beatriz Pérez Sánchez*
Armando Mayo Castro*
Andrés Guzmán Sala*

I. RESUMEN

Analizar como las grandes empresas o corporativos deben adaptarse a entornos dinámicos e inestables en el ámbito nacional e internacional, así como la influencia política que logran alcanzar por su poder económico, sigue siendo vigente en la era de la globalización de los mercados. En México el rol de los grandes corporativos en el crecimiento y desarrollo del capitalismo permite visualizar sus estrategias. Se particulariza el caso de la Compañía Minera Autlán en un periodo de estudio de 1953 a 2015. La empresa se funda en 1953 dedicada a la explotación de manganeso en Autlán, Jalisco, se constituye como la primera compañía minera administrada por mexicanos. No obstante, en 1989, el gobierno federal tomó posesión de la empresa para su administración ante la imposibilidad de pagar su deuda; después de la reestructuración antes pasivos, en 1993 Grupo Ferrominero, S.A. de C.V., adquiere a Minera Autlán regresando al sector privado. Hoy cuenta con tres unidades mineras y tres plantas de ferroaleaciones, se dedica a la producción de energía, minería y ferroaleaciones. Comercializa diversas clases de minerales de manganeso¹ y ferroaleaciones². Los mercados de Autlán están constituidos por la industria siderúrgica, las industrias de pilas secas, de cerámica, de micronutrientes para animales y de fertilizantes.

II. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con la definición de Stolovich un grupo económico, es un conjunto articulado de empresas, entre las cuales hay una ligazón lo bastante fuerte y durable como para permitir una política común que persigue la finalidad de maximizar los resultados del conjunto aprovechando las sinergias existentes y devolviendo

* Profesor investigador de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Dirección para recibir correspondencia: betyperez10@hotmail.com

¹ Elemento químico, símbolo Mn, de número atómico 25 y peso atómico 54.938. Es uno de los metales de transición del primer periodo largo de la tabla periódica; se encuentra entre el cromo y el hierro. Tiene propiedades en común con ambos metales. Aunque poco conocido o usado en su forma pura, reviste gran importancia práctica en la fabricación de acero.

² Las ferroaleaciones son conocidas como aquellas aleaciones de hierro que poseen un elemento constitutivo además del carbón. Por lo general, estas son de suma utilidad para mejorar las propiedades de algunos metales como el acero.

una lógica de acumulación global que unifica los procesos de valorización del capital de cada una de las empresas integrantes (Stolovich, 1995). En México se da una etapa industrial que va de 1951 a 1970, con el surgimiento de grupos económicos que dirigen sus inversiones hacia la integración tanto horizontal como vertical y la diversificación en la producción de sus empresas, así como la suscripción de las principales empresas en la Bolsa de Valores y la formación de holdings. En esta etapa se identifica el surgimiento de Autlán. No obstante, en las siguientes décadas se dio un proceso de reorganización de grandes corporativos que presentaron resultados diferentes y tácticas comunes. Las causas principales de ese proceso de reorganización se derivan del ajuste estructural de la economía mexicana que se inició en la década de los años ochenta y noventa generando los procesos nacionales de desregulación y privatización.

En este contexto se ubican dos momentos en la evolución de los grandes corporativos: el primero en la fase del boom petrolero (1978-1980) y el segundo a partir de la crisis iniciada en 1982. Durante el primer momento, los corporativos vivieron una rápida expansión, fue cuando muchos de ellos adoptaron una estrategia de diversificación de la inversión y adquisición de múltiples filiales. En el segundo momento, los negocios se vieron impactados por la devaluación de 1982. Ante la necesidad de cumplir con sus pasivos, reestructuraron o modificaron su estrategia de operación, recurriendo a la venta de filiales y a la reducción de proyectos de inversión y algunos se vieron obligados a vender sus empresas o fueron absorbidas por el Estado como fue el caso de Autlán al no pagar su deuda (Revista Expansión, 1989).

III. OBJETIVOS Y METAS

Analizar las características y estrategias competitivas que le permitieron a AUTLÁN ser un gran corporativo, identificando su dimensión y estructura, y su incorporación o subsumisión a otro grupo económico más poderoso.

Metas

Difundir los resultados de investigación ante la comunidad académica y científica a través del presente capítulo, es parte de los resultados de una línea de investigación sobre grandes empresas o grupos económicos.

IV. MATERIAL Y MÉTODO

Los métodos empleados son: histórico-crítico, analítico con un enfoque dinámico y comparativo. Se utilizaron los enfoques de origen histórico y de estrategias corporativas y organizacionales (Concheiro, 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, 1983).

V. RESULTADOS

La Minera Autlán dio muestras de constituirse como una gran empresa después de su fundación en 1953 cuando en 1960 inicia la exploración y explotación del distrito manganesífero de Molango; en 1964 realiza la explotación de manganeso natural grado batería en la mina de Nonoalco, localizada en el estado de Hidalgo y muy próxima a la ya existente unidad Molango en la cual en 1968 arrancó la operación del horno de nodulización de manganeso. Adquiere Ferroaleaciones Teziutlán S.A. de C.V. en el estado de Puebla en 1973. Inaugura la primera fase de la planta de ferroaleaciones en 1976 e inicia en 1980 la operación de la planta de refinación de ferromanganeso alto carbón y los hornos 12 y 13 en 1981 en Tamós Veracruz. Inicia sus operaciones la planta de secado, molido y envasado en la unidad Nonoalco en 1985.

Deuda

En 1989, se nacionalizó la Compañía Minera Autlán, ante la imposibilidad de pagar su deuda. El 7 de mayo de 1985, 12 bancos extranjeros concedieron un préstamo sindicado por \$110 millones de dólares a la sólida empresa minera. Pero la firma extractiva no cubrió el pago del primer adeudo, y Banca Serfín, Multibanco Comermex y Nafinsa le otorgaron un nuevo crédito, en febrero de 1986, por \$6 millones de dólares, aproximadamente. Los préstamos que solicitó Autlán fueron para establecer la planta de ferroaleaciones en Tamós, Veracruz. La planta se echó a andar pero el precio de las ferroaleaciones se deprimió hasta 1984. Durante 1988 con motivo del Pacto de Solidaridad Económica, se congelaron los precios internos controlados de las ferroaleaciones y el tipo de cambio. Esta situación le impidió a Autlán compensar los incrementos en el costo de ventas derivados del aumento en los precios de los insumos, lo cual se tradujo en el deterioro de las utilidades de operación y en la disminución del flujo de efectivo. El 31 de octubre de 1988 Nacional Financiera (Nafinsa) le concedió un nuevo préstamo por 4 millones de dólares a la minera y a cambio le pidió un proyecto de reestructuración de pasivos. Por ello, se concretó un acuerdo el 18 de noviembre de 1988 y todas las acciones de la holding, tanto las de Madero, como las de Nafinsa y la Comisión de Control Minero fueron afectadas en un Fideicomiso Traslato de Domino irrevocable constituido en Comermex. En el fideicomiso se estableció un plazo de seis meses, para que Madero pagara los adeudos con Nafinsa y la liberara definitivamente de los avales, pero si transcurrido ese plazo no se llegaba al objetivo esperado, Nafinsa podía hacerse cargo de la administración de la empresa minera y procedería a la reestructuración operativa y financiera y además, se pondrían a la venta las acciones.

En el primer semestre de 1989 Autlán registró pérdidas por \$6,905 millones de pesos, y el pasivo total con relación al mismo periodo en 1988 se incrementó de \$396,072 millones de pesos a \$433, 045 millones de pesos. Además la empresa debía pagar \$903 millones de pesos por concepto del impuesto de 2% sobre activos. El 18 de junio de 1989 Nafinsa tomó las riendas de la empresa minera, con pasivos por \$164.5 millones de dólares y \$3,531 millones de pesos, para proceder

a su reestructuración operativa y financiera. La holding estaba integrada: por Arrendadora Autlán, Minera Autlán de Panamá, Mexicana de Electroquímicos, Comercial Autlán y las plantas ubicadas en Veracruz, Puebla e Hidalgo. El capital de la compañía estaba integrado en 51% por el holding, y 49% se encontraba diversificado: 6% lo tenía la empresa Sumitomo, 11% pertenecía a dos bancos nacionales y 32% se encontraba repartido entre el público inversionista (Oriz, Revista Expansión).

Venta de la empresa

En 1993 Grupo Ferrominero, S.A. de C.V., adquiere a Minera Autlán regresando al sector privado, en la época de Carlos Salinas de Gortari. Con la adquisición de los activos de Ferroaleaciones de México, S.A. de C.V. en Gómez Palacio Durango, consolidando la presencia de Autlán como líder en el mercado nacional de ferroaleaciones. El Grupo Ferrominero produce y distribuye maquinaria para las industrias de la construcción y de la minería, compitiendo con Caterpillar y John Deere. Cuenta con GFM Resources, dedicada a la especulación minera con sede en Canadá. GFM Electronics, desarrolla en Latinoamérica soluciones tecnológicas de sistemas, automatización y control, seguridad, telecomunicaciones y software. EnviroTech, recicla basura electrónica, metálica y plástica y posee además una empresa de renta de automóviles en Monterrey, Nuevo León. Además participa en la industria textil, en 2006 adquirió Flesa, donde se produce mezclilla y ropa. Es la textil más importante de México en su ramo, localizada en Parras de la fuente donde también se instaló la vitivinícola y dulcería gourmet Rivero González.

Financiamiento a través de la Bolsa de Valores

Empezó a cotizar en la Bolsa de Valores en 1975, se suspendió cuando el gobierno nacionalizó la empresa, y en 1994 volvió a cotizar. SKW Metals and Alloys (ahora GCMA) comienza a trabajar como nuevo representante comercial para los mercados de USA y Canadá. No obstante, al incumplir el pago de la mensualidad correspondiente a enero de 2001 por \$7 millones de dólares de un bono emitido por Estándar Bank London, Ltd., como parte de una deuda que contrajo en agosto de 2000, se esperaba contar con un socio de capital o incluso con un nuevo dueño. Minera Autlán no recurrió a la suspensión de pagos como hicieron otras compañías que también enfrentaron problemas de liquidez –Altos Hornos de México (AHMSA) Bufete Industrial y Grupo Azucarero México-, sin embargo, las autoridades bursátiles decidieron suspender la operación de las acciones de Autlán en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). Autlán reactiva su cotización en la Bolsa en 2004.

Asociaciones y adquisiciones

En 1997 Autlán formaliza con la canadiense Coperstone Resources Corp., la compra de la concesión Lucifer que contiene principalmente cobre y cobalto. Ese mismo año adquiere la empresa Recuperadora de Escorias en la cual estima obtener más de 7 mil toneladas de ferroaleaciones. También ese año entra en operación la nueva planta de producción de ferromanganeso medio carbón nitrogenado y adquiere el 70% de la venezolana Fesilven. En 1998 ocupa el segundo lugar en ventas en el sector de minería y aumenta el volumen de sus exportaciones

en 44% a consecuencia del crecimiento de la industria acerera de los Estados Unidos, que constituye su principal mercado. En 2013 se integra la Compañía de Energía Mexicana (CEM). En 2015 Compañía Minera Autlán transforma su imagen corporativa y se denomina Autlán (Autlán, 2016).

Racionalización y eficiencia productiva

En 1995 tiene lugar la reapertura de la planta de ferroaleaciones de Gómez Palacio, Durango, después de dos años de mantenimiento intensivo. En 1996, la compañía obtuvo certificación ISO 9002 en todas las instalaciones, realizó un importante programa de inversión en equipos y mejoró sustancialmente el sistema interno de transporte en Molando. En 1998 invierte 160 MDP para terminar la construcción del horno 11 de Tamós y terminar el proyecto de Espirales de Nonoalco. Efectúa inversiones por 123 MDP tendientes a aumentar la eficiencia de sus equipos y ampliar su capacidad de producción. En ese año se construye un nuevo horno de ferroaleaciones que aumentaría a 18 mil toneladas la producción de silicomanganeso (López, 2009). Se instala el horno 11 en la planta Tamós, con lo que se incrementa la capacidad de producción de la compañía y se obtiene la certificación ISO 14000 para todas sus operaciones.

En 1999, efectúa un estricto control en los costos y gastos y en la misma línea realiza inversiones por 82 MDP. Arranca la explotación del Tajo Naopa y entra en operación el sistema integral de extracción y acarreo en su mina subterránea. Todas sus plantas y unidades mineras reciben la certificación de calidad ISO 9002. En el año 2000 Minera Autlán fue catalogada como la única productora y comercializadora en México de manganeso y ferroaleaciones. La comercialización de ferroaleaciones, (material utilizado en la producción de acero) alcanzó niveles récord, en tanto que en bióxido de manganeso, (utilizado en la fabricación de pilas secas, industria cerámica, fertilizantes y alimento animal, y cuyo mayor productor en el mundo es Autlán) el alza fue de 31%. En 2002 se reacondicionó el horno 9 de Tamós usando tecnología propia. En 2004, la Compañía actualizó su certificación a la nueva ISO 9001-2000 para sus unidades operativas (BMV, 2016). Entre sus activos cuenta con 2 Unidades Mineras y 3 Plantas de ferroaleaciones, así como un puerto propio para sus operaciones de importación y exportación. El corporativo se ubica en Garza García, Nuevo León y se auxilia con oficinas en la Ciudad de México. Para efectos comerciales la empresa posee 1 bodega ubicada en Monterrey. Da empleos directos a 1,400 personas en Hidalgo, Veracruz, Durango, Nuevo León, Tamaulipas, Estado de México y Distrito Federal. En 2005 se construyó la planta sinterizadora de manganeso. En 2008 arranca la segunda estación de refinación MOR II en la planta Tamós, que incrementa la capacidad instalada de ferroaleaciones refinadas. En 2010 el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) le otorga a Autlán el Certificado de Empresa Socialmente Responsable (ESR).

Diversificación

Entre las principales estrategias de la empresa, una de ellas consiste en depender cada vez menos de la industria del acero, y en la división de sus operaciones

en dos grandes áreas por tipo de producto. La primera es la industria química, la cual presenta la diversificación que le permite a la empresa cumplir con su estrategia y la segunda es la industria siderúrgica. En 1999 ocupa el lugar 189 por el monto de sus utilidades entre las 500 empresas más importantes de México que edita la Revista Expansión. Ese año programa la inversión de 10 MDD en el segmento de productos químicos e incorpora diversas empresas relacionadas con el sector de bienes raíces, de las cuales destacan: la Compañía. Recuperadora de Escorias, MEtcore México y Construcciones y Edificaciones, empresas afines a la industria siderúrgica en cuestión de clientes, canales de distribución y mercados, representando con ello una diversificación de productos y márgenes de producción. Destinó recursos a proyectos inmobiliarios, turísticos y de energía, invirtiendo Autlán y su controladora Grupo Ferrominero entre \$ 20 y 25 millones de dólares.

Desinversión de activos no prioritarios

En 2002 ante su deuda total que ascendió a 74 MDD y entre cuyos principales tenedores de bonos se encontraba ABN-Bank, por tal motivo concentraron sus operaciones: en la mina de Molando, la planta de Tamós y la unidad Nonoalco. La planta de Texuítlán Puebla, se cerró por sus altos costos. En Gómez Palacio, en cambio, se buscó negociar con el sindicato un esquema que permitiera trabajar y parar, y según el comportamiento de la demanda (De La Rosa, Revista Expansión). La deuda que trajo como consecuencia la nacionalización y posteriormente su venta contribuyó a que Autlán se reestructurara y emergiera ampliando su radio de influencia económica. El aumento del poder económico se reflejó en el crecimiento de sus ventas (ver tabla 1).

Año	Ventas	Año	Ventas	Año	Ventas	Año	Ventas	Año	Ventas
1990	\$373,100	1996	\$1,015,848	2002	\$731	2008	\$5,374	2014	\$4,486
1991	\$300,736	1997	\$1,040,792	2003	\$932	2009	\$2,200	2015	\$4,220
1992	\$320,515	1998	\$1,146,568	2004	\$1,753	2010	\$4,322		
1993	\$267,210	1999	\$1,083,921	2005	\$2,098	2011	\$3,872		
1994	\$295,075	2000	\$1,293	2006	\$1,598	2012	\$3,856		
1995	\$694,613	2001	\$865	2007	\$2,462	2013	\$3,616		

Tabla 1: Ventas de Autlán (1990-2015)

Fuente: Elaboración propia con base en los registros anuales de las 500 grandes empresas que publica la Revista Expansión.

* El 1 de enero de 1993 se introdujo el nuevo peso, el cual le quitaba 3 ceros al anterior, de tal manera que 1,000 pesos anteriores a enero de 1993 equivalen a 1 nuevo peso (N\$), por lo cual la Revista Expansión Año XXV, Vol. XXV, No. 622 agosto 18, año 1993 (de donde fue extraída la información correspondiente al año 1992) reporta las ventas bajo la nueva unidad monetaria. Esta unidad fue denominada nuevo peso hasta el 31 de diciembre de 1995 y simplemente peso desde el 1 de enero de 1996 hasta la actualidad. Fuente: <http://www.banxico.org.mx/billetesymonedas/disposiciones/circulares/circular2026/dof15nov95.html>. De 1987 al 1999 se contabilizaban las ventas en miles de pesos y a partir del 2000 en millones de pesos.

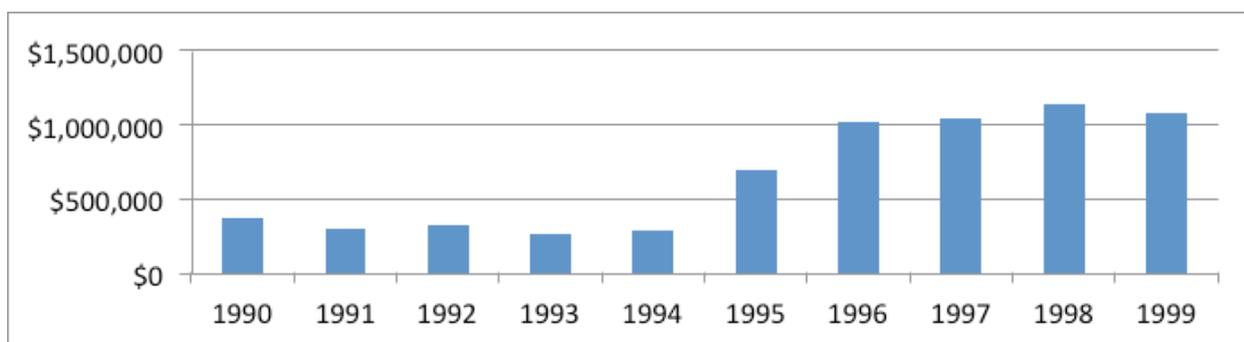


Figura 1. Ventas de Autlán (1990-1999).
Fuente: Elaboración propia con base en la tabla 1.

En el crecimiento de las ventas a partir de 1995 se reflejan las estrategias de racionalización y eficiencia productiva tales como: un estricto control en los costos y gastos y las plantas que aumentan la producción.

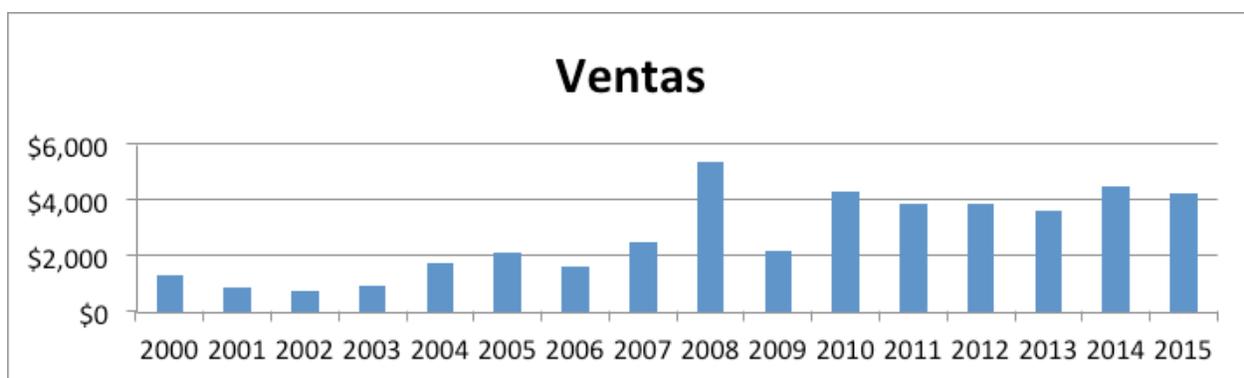


Figura 2. Ventas de Autlán (2000-2015).
Fuente: Elaboración propia con base en la tabla 1.

La caída en las ventas de 1999 al 2000 se explica en tanto que en el 2000 las ventas de la compañía crecieron 10% en términos reales, al sumar casi \$1,300 millones de pesos. La comercialización de ferroaleaciones, (material (utilizado en la producción de acero) alcanzó niveles récord, en tanto que en bióxido de manganeso, (utilizado en la fabricación de pilas secas, industria cerámica, fertilizantes y alimento animal, y cuyo mayor productor en el mundo es Autlán) el alza fue de 31%.

Entre junio de 2000 y los primeros meses de 2001 el precio del gas natural reportó un explosivo crecimiento que superó los \$10 dólares por millón de BTU, cifra que contrasta con los \$2.4 dólares que costaba a finales de 1999. Esto desencadenó un aumento del costo de la energía eléctrica que junto con el gas, constituía 35% de los costos de Autlán. Por si fuera poco, bajó el ritmo de actividad en la industria siderúrgica mundial lo que obligó a la segunda mayor acerera de

México y cliente de Autlán a declarar la suspensión de pagos. Además, países de Europa del Este como Ucrania y Kazajistán y China salieron a vender su producto en el mundo a precios dumping; sin embargo, se recupera paulatinamente hasta alcanzar en 2008 ventas por 5,374 millones de pesos, es decir crecieron al 218 % gracias al aumento de su índice de bursatilidad, el precio de la acción creció aproximadamente 43%, cerrando el año en 27.79 pesos por acción.

VI. DISCUSIÓN

El Legislativo aprobó reformas a la ley reglamentaria del artículo 27 constitucional y a la ley minera (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2014), con el propósito de entregar al sector privado la explotación del gas metano asociado a los yacimientos de carbón, mejor conocido como gas grisú, (Fernández,2013) y algunas transnacionales con las que estos corporativos mexicanos se han asociado. El futuro de la producción de esta mina no escapa del fenómeno de la competencia en la era de la globalización de los mercados.

VII. CONCLUSIONES

Las consecuencias de la crisis de 1982 probó la capacidad de adaptación y supervivencia de los grandes corporativos, esa coyuntura supuso como en 1929 el agotamiento de un modelo de crecimiento económico, drásticos cambios institucionales, diferentes mecanismos de operación en las empresas, Autlán no fue la excepción. En los noventa una manera de ingresar a los mercados de deuda y de capitales nacionales o transnacionales, era registrarse en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), a fin de obtener los fondos necesarios después de una década de escasas inversiones.

Para sortear la crisis Autlán aplicó varias tácticas tendientes a conformar las nuevas relaciones en la industria:

1. estableció plantas de producción
2. adquisiciones de empresas
3. asociación con el capital extranjero
4. expansión en el territorio nacional.

El Estado dirigió en todo momento la producción de esta empresa minera: cuando permitió que la empresa privada estuviera en manos de una industria manejada por extranjeros; cuando las políticas públicas señalaron que pasara a ser totalmente de carácter nacional, y después que la rescató de su endeudamiento permitió que regresara al sector privado, cambiando la legislación y permitiendo con ese hecho que lo público se convirtiera en privado.

VIII. REFERENCIAS

- AUTLÁN. Autlán. [Online].; 2016 [cited 2016 agosto 10. Available from: www.autlan.com.mx.
- BASAVEJ. *Los grupos de capital financiero en México México*: Instituto de Investigaciones Económicas-El Caballito; 1996.
- CERUTTI M. *Propietarios, empresarios y empresa en el norte de México*. México: Siglo XXI; 2000.
- CONCHEIRO E, Fragoso J, Gutiérrez A. *El poder la gran burguesía México*: Ediciones de Cultura Popular; 1979.
- CORDERO S, Santín R, Tirado R. *El poder empresarial en México México*: Terra Nova; 1983.
- CORDERA C, Ruiz C. «Esquema de periodización del desarrollo capitalista en México». *Revista Estudios Políticos*. 1979-1980;: p. 77-118.
- DE LA ROSA T. *Minera Autlán afanes matrimoniales*. *Revista Expansión*. 2001 julio;(820). *Expansión*. *Expansión*. *Revista Expansión*. 1981; p. 159.
- Expansión*. Los cambios en los 15 años. *Revista Expansión*. 1989;: p. 43-44.
- FERNÁNDEZ Vega C. La Jornada. [Online].; 2013 [cited 2016 agosto 11. Available from: <http://www.jornada.unam.mx/2013/12/12/opinion/032o1eco>.
- LÓPEZ P. *Diccionario de la Clase Empresarial Mexicana*. Primera ed. Economía Fd, editor. México: Universidad Nacional Autónoma de México: 2009.
- ORIZ, J. «Compañía Minera Autlán: Las minas del rey Salomón». *Revista Expansión*. XXI; (524).
- STOLOVICH L. «Los grupos económicos en Argentina, Brasil y Uruguay». *Revista Mexicana de Sociología*. 1995 octubre-diciembre; 57(4).
- Unión CdDdHCdl. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. [Online].; 2014 [cited 2016 agosto 11. Available from: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/151_110814.pdf.
- Valores BMD. Bolsa Mexicana de Valores. [Online].; 2016 [cited 2016 agosto 01. Available from: www.bmv.com.

MOVILIDAD URBANA SOSTENIBLE: UNA RUTA PARA AUMENTAR LA PRODUCTIVIDAD, EQUIDAD Y CALIDAD DE VIDA DE LOS CIUDADANOS DE VILLAHERMOSA, TABASCO

**Nayely Aguilar Zurita
Aida Beatriz Armenta Ramírez
German Martínez Prats**

1. RESUMEN

El estudio se asienta sobre la necesidad de comprender y explicar los fenómenos de movilidad urbana, y conocer el grado de disposición de la ciudadanía a cambiar por otras opciones de transportación. La capital Tabasqueña desde mediados de los 80's experimentó un crecimiento acelerado, sin una planeación urbana, lo que genera problemas de movilidad e inequidad social. De continuar esta tendencia, afectarán seriamente la viabilidad social, económica y ambiental de la región. Los resultados del estudio arrojan datos sobre los medios de transporte más utilizados, tiempos de espera, gasto en transporte en relación al ingreso para la ciudad de Villahermosa, Tabasco. Debe ser primordial fomentar e idear medios de transportes con una buena mezcla de opciones de movilidad, con estrategias y sistemas más eficientes en tiempos de espera y traslado que además sean económicamente sostenibles, para todos los niveles socioeconómicos. El no hacerlo implica una pérdida de recursos públicos (Medina & Veloz, 2012) y una oportunidad para llevar a la ciudad a la modernidad y competitividad.

2. INTRODUCCIÓN

Encontrar sistemas de movilidad urbana sostenible, económica y social es uno de los grandes desafíos en los países en vías de desarrollo. No solo para mejorar la calidad de vida de sus habitantes, sino para aumentar la productividad y competitividad de sus sociedades en las actividades económicas que actualmente se ven afectadas por los congestionamientos viales, aumentando los costos, pérdida de oportunidades y disminuyendo el rendimiento de los trabajadores, estudiantes y amas de casa que llegan cansados a sus actividades. Actualmente uno de los principales problemas, tiene que ver con el crecimiento extraordinario de transporte de automóviles particulares.

De acuerdo a las Naciones Unidas, es necesario que los países como México y el resto de los países en desarrollo, en lugar de repetir los errores de los países más ricos con su predisposición en el uso del automóvil particular, creen sistemas dinámicos de opciones de movilidad en la ciudad, para los diferentes tipos de viajes, a diferentes

horas y todo tipo de público. Se debe de poder ir a pie, en bicicleta o en un dignificante sistema de transporte público, sin que con ello se afecte la equidad social, los espacios públicos, la eficiencia económica y el medio ambiente (Moller, 2002).

En Tabasco y su capital a razón de la transformación económica de Tabasco, por los descubrimientos de yacimientos de hidrocarburos en el último tercio del siglo XX, trajo como consecuencia el incremento del índice demográfico de casi al triple, un aumento en la demanda de servicios por la incapacidad de infraestructura existente y la expansión de la mancha urbana de la ciudad (Capdepont & Marín, 2014). Todo esto sin una planeación urbana, que permitiera proyectar el vertiginoso crecimiento demográfico que se aproximaba.

Es necesario comprender y explicar, los fenómenos de movilidad urbana en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco y su representación como un vínculo directo hacia la modernidad, la sostenibilidad y productividad de la región.

3. OBJETIVOS Y METAS

Objetivo General

Comprender y explicar, los fenómenos de movilidad urbana en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco y a partir de ello definir posibles estrategias de solución.

Objetivos específicos

1. Identificar las formas de movilidad urbana en la ciudad que tienen que ver con: las distancias recorridas, las zonas de mayor afluencia en la ciudad, gasto promedio en transportación de los ciudadanos y la disposición del público a cambiar de medio de transportación.
2. Reconocer cuales son los casos de éxito, en otros países en vías de desarrollo, en relación a la movilidad y mejoramiento urbano.
3. Establecer posibles vías de solución que puedan ayudar a mejorar el desarrollo local de la ciudad.

4. MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio se asienta sobre la necesidad de comprender y explicar los fenómenos de movilidad urbana, y conocer el grado de disposición de la ciudadanía a cambiar por otras opciones de transportación. El estudio es de tipo descriptivo exploratorio, con enfoques cualitativo y cuantitativo, basándose en fuentes primarias de información, a través del uso de encuestas y observación directa de los fenómenos. Las fuentes secundarias de información comprenden artículos, revistas, libros, informes de ONU, INEGI, SCT, CONAPO, BID y manuales de sostenibilidad urbana.

El método estadístico utilizado es el probabilístico a través de la técnica muestro aleatorio simple, por medio de la técnica de encuesta, las cuales fueron levantadas

por los Alumnos de 7 “D” de las Carreras de Administración y Economía en el 2015, dentro de la Materia Formulación de Proyectos de Inversión, la muestra fue determinada bajo el supuesto de que las personas que no poseen automóvil, representan el grueso de la población y por tanto, requieren de mayores opciones de movilidad, lo cual en el año 2014 según la Secretaría de Comunicaciones y Transportes representan 93000 los usuarios de Transbus. Las encuestas fueron aplicadas a personas en un rango de edad de 18 a 55 años y con un nivel de probabilidad al 95%, lo cual nos arroja un marco muestral de 324 encuestas.

5. RESULTADOS

El problema de las ciudades en México tiene que ver con que en ellas residen el 77% de la población, y según el CONAPO para el 2030 será el 81% de la población mexicana estará establecida en ellas.

El asunto de la movilidad urbana se encuentra relacionado con términos de

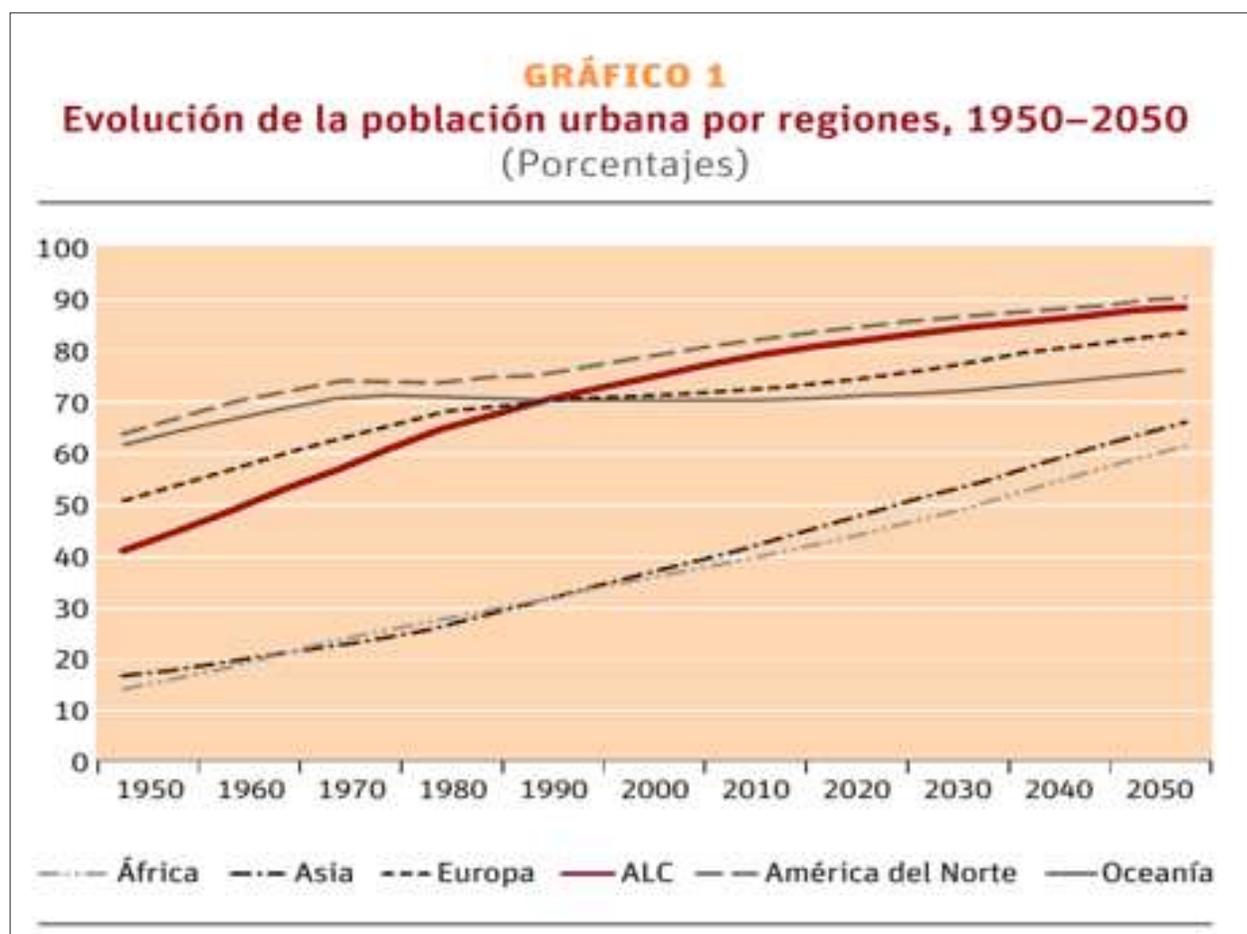


Gráfico 1 Evolución de la población urbana por regiones, 1950-2050
Fuente: BID (2011) Sostenibilidad Urbana en América Latina y el Caribe

productividad, equidad y sustentabilidad. Se estima que el 76% del Producto Interno Bruto se genera en las 56 principales urbes de nuestro país (ONU-Hábitat). Sin embargo, de acuerdo a Medina y Veloz (2012) dichas metrópolis económicas, concentran grandes cinturones de miseria (40% de la población) en las periferias de las mismas, asumiendo sus habitantes los costos de recorrer grandes distancias para llegar a la ciudad. Por otra parte, la transportación en automóvil genera exclusión frente a aquellos que no tienen la posibilidad de poseer un vehículo o posean ingresos para destinarlo a la transportación motorizada.

La asociación entre las actividades socioeconómicas y el uso del automóvil como principal medio de transporte genera efectos adversos tales como; el 18% de las emisiones de CO2 del país que son generadas por su uso. Se estima que los costos totales del cambio climático para el 2100 alcancen alrededor del 6.2% del PIB (Galindo, 2009). Los daños que genera la combustión de automóviles estuvieron ligadas a 14 mil muertes por la mala calidad del aire en México (OMS, 2012). Aunado a esto en el 2011 los accidentes de tránsito generan 24,000 muertes, 40,000 discapacitados y 750 mil heridos. Estos accidentes generan anualmente costos por 126 mil millones de pesos, lo que equivale al 1.3% del PIB nacional (Cervantes, 2013).

Es claro, que el crecimiento urbano genera retos en materia de demanda de

Estimación de externalidades asociadas al uso del automóvil en zonas metropolitanas selectas de México, 2009 (millones de pesos)

Zona	Contaminación local	Cambio climático	Accidentes viales	Congestión	Ruido	Total	% del PIB
Valle de México	14,396	6,718	10,332	82,163	8,320	121,930	4.6%
Monterrey	2,282	1,065	5,843	11,485	1,319	21,994	2.8%
Guadalajara	2,795	1,304	4,970	10,635	1,615	21,319	4.7%
Puebla-Tlaxcala	996	465	1,317	1,894	575	5,247	1.8%
León	506	236	1,250	321	293	2,606	1.6%
TOTAL	20,975	9,787	23,712	106,498	12,123	173,095	4.0%

Fuente: Medina, 2012a.

Tabla 1: Externalidades asociadas al uso del automóvil
Fuente: Medina & Veloz (2012) "Planes integrales de movilidad"

bienes y servicios públicos, por parte del Estado, para cuyo financiamiento se requiere de mayores recursos. De acuerdo con la "Ley de Wagner" (Jaén, 2011), la urbanización que acompaña al crecimiento económico genera relaciones sociales y espaciales más complejas que demandan la intervención del Estado como regulador, coordinador y proveedor de servicios (BID, 2011). Una mayor intervención estatal puede presentarse mediante dos vías. En primer lugar

el crecimiento urbano da como resultado sociedades más desarrolladas con mayores conflictos entre sus miembros. En este sentido el Estado comienza a desarrollar un papel en la solución de disputas entre ciudadanos. Por otra parte, en la medida que el gasto público tiende a crecer en mayor proporción que el ingreso, se observan dificultades para satisfacer la gran demanda de bienes y servicios públicos que trae la urbanización.

La ciudad de Villahermosa, Tabasco desde mediados de los 80's experimentó un crecimiento vertiginoso demográficamente y consecuentemente en su desarrollo urbano, sin una planeación urbana que le permitiera proyectar las demandas en sistemas de transporte, movilidad, vivienda y espacios públicos.

El conjunto de Gráficos 2 y 3 muestra que para el 2011 el total del parque vehicular para el estado de Tabasco representaba 424,349, de los cuales un 59% corresponden al uso particular, 29% para camiones de pasajeros y 12% para motocicletas, con una tasa de crecimiento del 2006 al 2011 de 6%, 5% y 18% respectivamente.

Los datos anteriores, indican la creciente necesidad de transportación de los



Gráfico 2. Parque Vehicular 2006 a 2011 Tabasco.

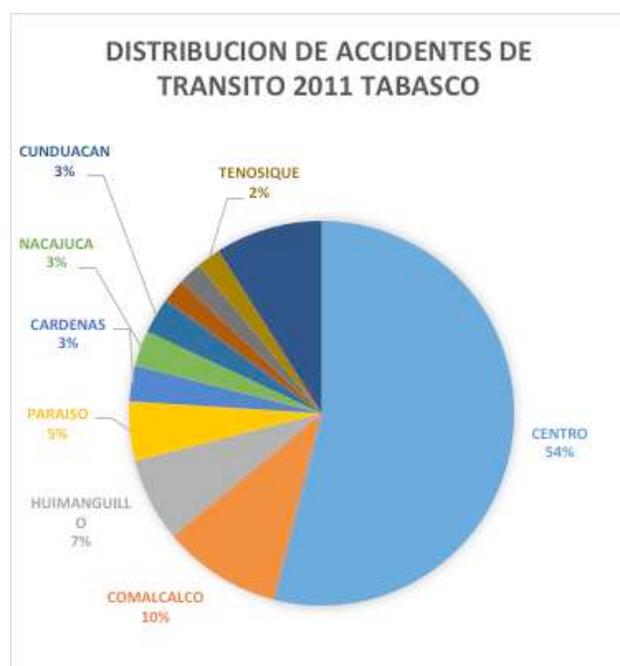
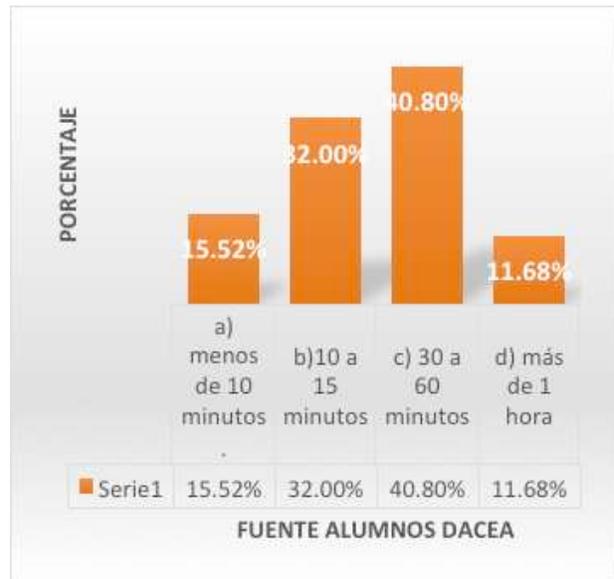
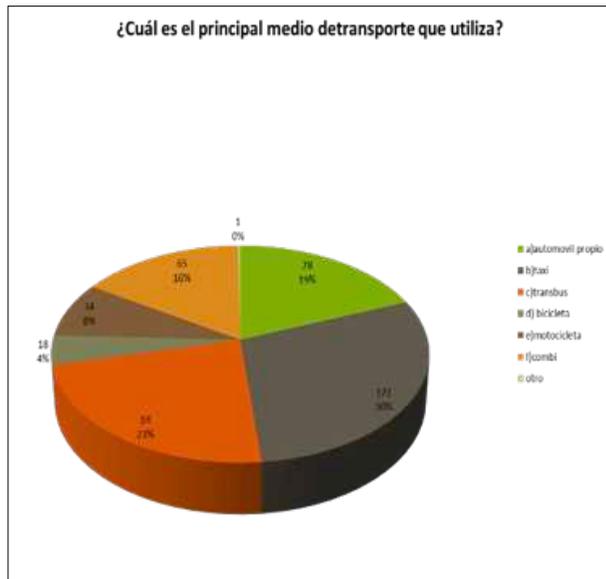


Gráfico 3. Distribución de accidentes de Tránsito.

Fuente: Elaboración propia con datos de (Cervantes, 2013) Tercer informe sobre la Situación de la Seguridad vial, México.

individuos, solventada mediante la adquisición de un vehículo motorizado, es por ello que día a día moverse de una zona a otra de la ciudad representa una inversión en tiempo, costos y un riesgo para la salud. De continuar esta tendencia afectaran seriamente la viabilidad social, económica y ambiental de la región. El conjunto de gráficas 4 y 5 pertenecen a una serie de resultados obtenidos a

través de un levantamiento de encuestas, dentro de la ciudad de Villahermosa, con el objetivo de conocer cuáles son las formas de movilidad, el gasto destinado, el tiempo de espera, traslado, lugar de salida y lugar destino de los ciudadanos. La gráfica 4 revela que el 30% de la muestra usa como medio de transporte el



Gráfica 4. Principales medios de transporte en Villahermosa. Gráfica 5. Tiempos de traslado
Fuente: Encuestas Alumnos DACEA 2015.

servicio de taxi, siguiéndole con un 23% el servicio de Transbus, un 19% se mueven en automóvil propio, el 16%, se transporta en combi, continuando con un 8% en motocicleta y por último un 4% en bicicleta.

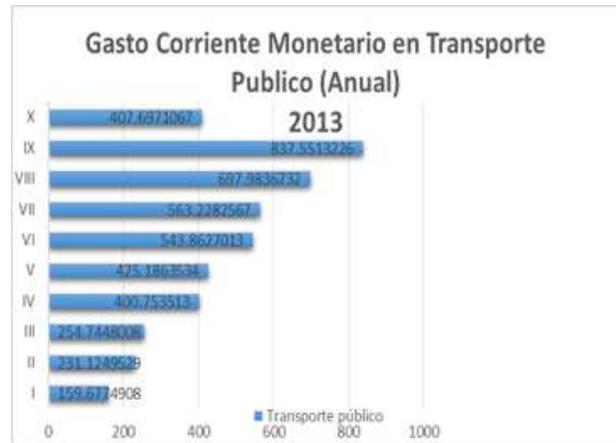
Continuando con el análisis de datos, es posible afirmar en base al estudio que el 49% de los ciudadanos de Villahermosa optan transportarse en Taxi y Vehículo propio diariamente, lo cual, si se toma en cuenta, que viajan pocas personas dentro de ellos, y se relaciona con el espacio-calle que ocupan los autos, es posible comprender, la generación de largas filas y tiempos de espera en las avenidas, además altos niveles de emisiones de Dióxido de Carbono. Por otro lado, el 39% de la muestra satisface su necesidad de transportación por medio del Transbus y Combis, los cuales poseen mayor capacidad de viajeros, no obstante, el estudio indica que el tiempo de traslado desde que esperan en el paradero, a su destino final es de aproximadamente 1:20 Min, lo cual en términos de calidad de vida y productividad representa tiempo que podría ser utilizado para realizar actividades de mayor interés para los ciudadanos

Haciendo un análisis desde una perspectiva económica (gráfica 6 y 7), de acuerdo con la Matriz Insumo Producto para Tabasco 2014, realizada por Armenta (2014), con información basada en la ENIGH 2013 publicada por el INEGI, dentro de los deciles I al V los habitantes de Tabasco consumen en promedio el 11.34% de sus

ingresos en Gastos de Transporte, mientras que los deciles del VI al X destinan el 5.69% de sus ingresos en Transporte anualmente. Dicho de otro modo, los hogares más pobres consumen menos servicios de transporte al año, pero gastan un alto porcentaje de sus ingresos en ellos y que los hogares con niveles socioeconómicos altos, consumen más servicios de transportes o pagan servicios más costosos, pero no representa una parte significativa de sus ingresos. Todo lo anterior denota, que debe ser primordial fomentar e idear medios de



Gráfica 6. Ingreso corriente monetario.
Fuente: Elaboración propia, con datos Armenta (2014).



Gráfica 7. Gasto corriente monetario en Transporte.

transportes con una buena mezcla de opciones de movilidad, con estrategias y sistemas más eficientes en tiempos de espera y traslado que además sean económicamente sostenibles, para todos los niveles socioeconómicos. No solo para mejorar la calidad de vida de los Villahermosinos, sino también para aumentar la productividad y la competitividad de las actividades económicas, que en la actualidad se ven afectadas por la pérdida de tiempo en los embotellamientos viales.

6. DISCUSIÓN

Las actuales políticas públicas en materia de movilidad urbana están pensadas en y para los automóviles, dejando de lado el mejoramiento, ordenamiento y ampliación de la oferta de transporte público y no motorizado (subsidios a la gasolina, eliminación de la tenencia, importación de autos usados de Estados Unidos hacia México y Centroamérica, sistema de crédito abierto para la adquisición de automóviles).

El modelo de crecimiento urbano en la ciudad de Villahermosa, fue determinado por el mercado inmobiliario, y no fueron visualizadas las previsiones del crecimiento demográfico, del parque vehicular, lo cual la hizo dispersa, desordenada, inequitativa, de altos de niveles vulnerabilidad a inundaciones y no sustentable.

Es necesario, se cree un Plan integral de Movilidad que se deriven de una visión completa con todos los aspectos que conlleva una urbe como la capital Tabasqueña, que ofrezca soluciones en el corto y largo plazo. El no hacerlo implica una pérdida de recursos públicos (Medina et al. 2012) y una oportunidad para llevar a la ciudad a la modernidad y competitividad.

7. CONCLUSIONES

El problema de las ciudades, tiene desde su origen aspectos demográficos, y por lo que respecta al futuro el panorama es alarmante, se estima que para el 2030 el 81% de la población vivirá en ciudades de acuerdo a informes del Consejo Nacional de Población (CONAPO, 2007).

La capital Tabasqueña desde mediados de los 80's experimento un crecimiento acelerado en su población y consecuentemente en su desarrollo urbano, sin una planeación urbana, lo cual en la actualidad, las secuelas las viven día a día sus habitantes.

Comprender y explicar, los fenómenos de movilidad urbana en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco, proporcionó resultados como que el 49% de la muestra optan por usar como medio de transporte el taxi y automóviles particulares, a lo cual es posible exista una correlación del gasto en transporte en los deciles más altos de acuerdo a las cifras de la MIP 2014 presentada por Armenta (2014).

Así mismo el 39% de la muestra indico que los individuos usan los servicios de transporte público como Transbus y combis, pero manifiestan excesivos tiempos de espera, que para condiciones de lluvia o excesivo calor, representa un enfado, y aunado a largos periodos de traslados, los trabajadores, estudiantes y personas con capacidades especiales, llegan cansados a sus actividades.

Debe ser primordial fomentar e idear medios de transportes con una buena mezcla de opciones de movilidad, con estrategias y sistemas más eficientes en tiempos de espera y traslado que además sean económicamente sostenibles, para todos los niveles socioeconómicos.

Todos quieren mejorar la Ciudad de Villahermosa, quisieran corregir muchos aspectos, pero los recursos siempre van a ser escasos. Entonces es necesario entender, que es lo que está pasando con la movilidad, pero al comprender este fenómeno, se encontró que este problema, tiene que ver con muchos otros asuntos a su vez, tales como: la mancha urbana, legislación en muchos aspectos (territorio, ambientales, de transito), generación de empleos, fiscalización, gobernanza entre otros. Por tanto, aunque se estudie mucho sobre la ciudad donde se vive, si no se crean las métricas y estrategia para estos fenómenos que interesan a todos, el conocimiento será acotado. Por tanto, es necesario generar indicadores que ayuden a conocer cuáles son los asuntos críticos para la ciudad,

para crear estrategias, planes integrales multisectoriales, estudios económicos, soluciones técnicas, planes de acción ante riesgos y vulnerabilidades, en donde la participación de las Universidades, la sociedad civil, el sector privado y los Ayuntamientos establezcan objetivos de desarrollo.

8. REFERENCIAS

ARMENTA Aida (2014) *Matriz Insumo Producto: Tabasco 2003-2014*. México, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Publicación en proceso.

Banco Interamericano de Desarrollo (2011) *Sostenibilidad Urbana*, Banco Interamericano de Desarrollo.

CAPDEPONT, J & Marín, P. (2014) *La Economía de Tabasco y su impacto en el crecimiento urbano de la ciudad de Villahermosa 1960-2010*, Luminar Estudios sociales y humanísticos, Vol. XII núm. 1 Enero-Junio 2014, pp 144-160.

CERVANTES, A. (2013) *Tercer Informe sobre la situación de la seguridad vial*, México 2013. S. Salud

Consejo Nacional de Población (2014) “Proyecciones de la Población de México 2005-2050” Ciudad de México, Autor.

GALINDO, L. (2009) *La Economía del Cambio Climático en México*. Ciudad de México, Secretaria de Medio Ambiente Recursos Naturales- Secretaria de Hacienda y Crédito Público.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014) “Encuesta Ingresos Gasto de los Hogares Tabasco 2013” México, INEGI

JAÉN M. (2001) *La ley de Wagner: Un análisis sintético*. Universidad de Almería, Instituto de Estudios Fiscales, Recuperado 28 de noviembre 2015 de <http://www.minhac.es/ief/>

[principal.htm](#)

MEDINA S. & Veloz J. (2012) *Planes Integrales de Movilidad*. Embajada Británica en México/ CentroEure, Recuperado 8 de agosto de 2015 de mexico.itdp.org/

MOLLER, R. (2002) ¿Cómo crear condiciones para la movilidad segura de peatones y ciclistas en Sant«iago de Cali?» *Revista Ingeniería y Competitividad* Vol.4 No. 1

OMS. (2012). Global Health Observatory [Estadísticas en línea]. Organización Mundial de la Salud. Recuperado 25 de febrero 2016 de www.who.int/gho/en/

ONU-Hábitat (2011) *Estado de la ciudades en el Mundo 2010/2011Reducir la Brecha Urbana*, Londres ONU Hábitat, Recuperado el 30 marzo de 2016 <http://www.onuhabitat.org/index.php>

MODELOS DE ANÁLISIS REGIONAL: UNA APLICACIÓN AL ESTADO DE TABASCO

Aida Armenta Ramírez
Miguel Ángel Ramírez
Nayely Aguilar Zurita Martínez
German Martínez Prats
Oscar Priego Hernández

I. RESUMEN

La globalización económica y la sociedad del conocimiento exigen que los países en general y los estados en particular, cuenten con información económica precisa que les permita a los agentes económicos tomar las mejores decisiones que impacten en el crecimiento y desarrollo económico de sus localidades, y de esta manera alcanzar mayores niveles de competitividad. Dado que, las economías regionales difieren de las nacionales es de nuestro interés conocer en términos comparativos el comportamiento de la economía de Tabasco en relación a la economía Nacional en el periodo 2003-2014. Para esto se utilizó el enfoque coeficientes de localización, y se desarrolló la técnica Shift Share Estándar. Los resultados describen los grados de especialización en cada tipo de actividad, el efecto nacional relacionado con el nivel de crecimiento estatal, los niveles de eficiencia en las actividades regionales y un efecto estructural que representa el cambio neto debido a la proporción productiva propia de la región. El análisis de datos indica que únicamente el sector minero posee niveles de especialización (CLS) superior a 1 denotando la dependencia, de la economía Tabasqueña a dicha actividad, las actividades Comercio y Transportes le continúan en importancia con Tasas de crecimiento superiores al 5%.

II. INTRODUCCIÓN

La globalización económica y la sociedad del conocimiento exigen que los países en general y los estados en particular, cuenten con información económica precisa que les permita a los administradores públicos tomar las mejores decisiones que impacten en el crecimiento y desarrollo económico de sus localidades, y de esta manera alcanzar mayores niveles de competitividad. En este contexto es importante conocer ¿Cómo ha sido el comportamiento de la economía del estado de Tabasco del 2003 al 2014? Conocer qué efectos tiene la aplicación de una política económica sobre las diferentes actividades de producción, así como su impacto en los grupos socioeconómicos, le permitirá al planeador considerar la aplicación de esas políticas con mayor certeza de sus efectos, para conducir las hacia los objetivos que se planteen.

Los sistemas económicos son entidades dinámicas y la naturaleza y consecuencias de los cambios que ocurran en estos sistemas son de considerable importancia, ya que pueden afectar tanto el bienestar de los individuos como también la estructura política y social de su comunidad. Es por ello que representa un reto

tratar de comprender la naturaleza de los factores que han conducido a estos cambios en el sistema económico, pues ofrece una luz para ajustar los patrones de comportamiento que lleven a una mejora en los aspectos económico, político y social en la que los individuos viven y trabajan.

Desde el punto de vista regional es colocar un marco donde las características espaciales de los sistemas económicos como la proximidad, la concentración, la dispersión y la similitud o disparidad de los patrones espaciales se expongan en términos micro, meso y macro para que pueda ser entendida la región. Es decir, se busca identificar los factores que gobiernan la actividad económica sobre el espacio y reconocer que los cambios en esta distribución tendrán importantes consecuencias para los individuos y sus comunidades.

Para el analista de modelos intersectoriales regionales, la estimación de los flujos comerciales interregionales es un problema difícil, que se ve agravado por la poca disponibilidad de los datos regionales y la ausencia de una frontera como tal, con los controles de intercambio de mercancías como sucede en el nivel nacional. En la ausencia de insumos regionales y figuras de producción, se recurre a menudo a métodos indirectos de ajuste a los coeficientes nacionales para producir tablas regionales. Para su estimación, el enfoque más común ha sido el uso de los coeficientes de localización, aunque la racionalidad detrás de ellos, ha sido minuciosamente examinada por diversos autores en un esfuerzo de la literatura por probar su validez, cuyo resultado no ha sido del todo satisfactorio (Round, 2003; Flegg, 1995a).

Flegg et al. (2014), Flegg et al. (1995b), Richardson (1985) y MacCann (2001) demuestran cómo se hace uso de coeficientes de localización y otras medidas para ofrecer la estimación inicial. Señalan que a diferencia de los países, las regiones, por definición, no tienen la facilidad de recolectar datos continuos en ese nivel, ni los patrones de sus flujos con otras regiones. Por lo tanto, en ausencia de datos regionales, es necesario emplear medidas que indirectamente imputen los patrones de comercio entre las regiones. Este proceso de estimación indirecta de los patrones de comercio regional, se realiza en base a observaciones de la estructura industrial regional. Bajo diferentes condiciones, estas observaciones permiten imputar patrones de comercio regional. Con estos valores imputados, es posible considerar los efectos regionales de la expansión o contracción de un sector industrial local de la región.

El proceso de estimación indirecta de patrones de comercio regional, con base a observaciones de la estructura industrial, es en sí mismo, problemático. Sin embargo pueden usarse diferentes medidas de diversidad y especialización para facilitar el proceso. Si una región es altamente especializada en un sector industrial en particular, se espera que el efecto agregado de cualquier cambio en la ejecución de ese sector, sobre la economía local, sea relativamente grande. En cambio, si la región es altamente diversificada, y contiene una gran variedad de actividades industriales locales, se espera que cambios en la ejecución de un sector local individual, tengan relativamente, un menor impacto sobre la economía local.

En una revisión crítica y resumida de los tipos de modelos multisectoriales con vínculos intersectoriales, Loveridge (2004) destaca los modelos de base económica, insumo-producto, matrices de contabilidad social, econometría insumo/producto integrada y modelos de equilibrio general computable. Presenta los modelos con algunos principios generales de operación y consideraciones éticas, además hace advertencias sobre sus limitaciones: los modeladores pueden diseñar modelos demasiado simples o inadecuados para capturar las relaciones dentro de la economía de la región. Afirma que, sin embargo, en otros casos se modelan sistemas demasiado complejos o bien hacen desagregaciones industriales muy finas fundamentadas en supuestos difíciles de sostener.

III. OBJETIVOS Y METAS

Objetivo General

Llevar a cabo el análisis de la economía tabasqueña en el período 2003-2014 con el propósito de sentar bases que aporten a la discusión en torno al crecimiento económico y el bienestar de la población del estado, a través del estudio de la evolución de los sectores económicos.

Objetivos Específicos

1. Estudiar la dinámica de los sectores económicos en el período 2003-2014 sobre el sistema económico estatal, detectando los sectores económicos clave y estratégicos con el objetivo de ayudar a la toma de decisiones estratégicas de los agentes económicos.
2. Incorporar esta herramienta de análisis como parte integral de los estudios de economía regional dentro de la docencia e investigación en la UJAT que permitan la creación de conocimiento y debate en relación al desarrollo económico de Tabasco.

Metas

3. Formación de cuatro estudiantes para la elaboración de sus tesis en el campo de la investigación en Economía Aplicada.
4. Participación en dos congresos nacionales y dos internacionales por cada uno de los seis participantes

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

Coefficiente de localización simple (CLS)

Está definido como la razón entre las proporciones de producto o empleo regional y nacional, atribuible a un sector industrial en particular.

$$CLS_i = \frac{e_i/e_t}{E_i/E_t} = e_i/E_i * E_t/e_t$$

donde e_i y E_i denotan el empleo en el sector i , regional y nacional respectivamente y e_t y E_t es el empleo total regional y total respectivamente.

Los supuestos básicos en este indicador es que (i) la tasa de producción (o empleo) es idéntica en todas las regiones, (ii) los patrones de consumo en todo el país son idénticos y (iii) cada industria de acuerdo la clasificación CIIU ó SCIAN en el caso de México, es idéntica en cada región.

Un CLS < 1 indica que el sector proveedor tiene presencia mínima en la economía regional y de ahí que es incapaz de satisfacer todas las necesidades de insumos intermedios de los demás sectores. Por lo que tendrá que importar para proveer todos los requerimientos de compra de los demás sectores regionales. En cambio, cuando la CLS ≥ 1, se considera que el sector de proveedor es capaz de cumplir con todos los requerimientos de compra de los demás sectores regionales.

Análisis Shit-Share

El análisis shift-share es una técnica de análisis regional para ver las diferencias observadas en el crecimiento económico de distintas áreas geográficas. Se denomina así porque descompone en varias partes (shares) las variaciones o cambios (shifts) que experimenta un valor económico referido a un sector productivo regional (o a un conjunto de sectores) integrado en una unidad económica de referencia que es susceptible de dividirse en varias unidades 'regionales' El método Shift-Share tradicional descompone el crecimiento de las variables económicas regionales como el producto interno bruto, el empleo o el valor agregado entre otras, en tres componentes aditivos: un componente relativo al área supra-regional de referencia, denominado efecto nacional, un componente relativo a la estructura productiva de la región, denominado efecto estructural o sectorial y un componente diferencial región-nación denominado efecto competitivo o regional.

Específicamente en el modelo Shift-Share estándar se considera dividir en dos componentes la diferencia entre la tasa de crecimiento del sector regional i y la tasa de crecimiento de la unidad económica de referencia, que será el país o el agregado total de dicha región (Ramajo, 2008; Dunn, 1960; Mustafa et.al. 2003). De esta forma, la ecuación estándar del modelo Shift-Share, para su aplicación el contexto de un sistema económico regional compuesto por una o varias regiones y un agregado total que contenga a la región o supra regional y que se denomina nación de definiría como:

$$x_{ij}g_i - x_{ij}G = x_{ij}(G_i - G) + x_{ij}(g_i - G_i)$$

donde x_{ij} representa el valor económico de la magnitud de x correspondiente al sector i en la región j para el momento de tiempo inicial; g_i y G_i denotan, respectivamente, las tasas de crecimiento de la magnitud x en el sector i a nivel regional y nacional; g y G denotan, respectivamente, las tasas de crecimiento agregadas de x a nivel regional y nacional. La ecuación (1) identidad anterior se puede expresar únicamente en función de las tasas de crecimiento como:

$$g_i - G = (G_i - G) + (g_i - G_i)$$

donde $\Delta N_i = g_i - G$ será el cambio neto del sector i . Si se expresa como:

$$g_i = G + (G_i - G) + (g_i - G_i)$$

1. Efecto nacional representa el crecimiento que habría experimentado el sector g_i si su tasa de crecimiento hubiese sido como la media nacional.
2. Efecto estructural (proporcional o sectorial comparado) que representa la proporción de cambio neto debido a la configuración productiva propia de la región, $(G_i - G)$. Si el valor relativo a un sector regional crece más que la media nacional, podría deberse, en parte, a un mayor dinamismo de dicho sector a nivel nacional.
3. Efecto diferencial (competitivo o regional comparado) que representa la proporción del cambio neto que surge como consecuencia del crecimiento desigual del sector productivo al nivel regional y nacional, $(g_i - G_i)$. Este efecto se deriva de la existencia de ventajas (o desventajas) comparativas en dicho sector para la economía regional.

El cálculo de los coeficientes para Tabasco se realizó con base a datos extraídos del Banco de Información Económica (BIE) del Instituto Nacional de Estadística y Geográfica (INEGI), en la cobertura temática de Cuentas Nacionales con datos del Producto Interno Bruto (PIB) por entidad federativa, base 2008. Se utilizó la serie 2003-2014 por entidad federativa y actividad económica, con valores a precios constantes de 2008. Se tomaron los datos de 17 sectores y 14 subsectores de acuerdo al SCIAN 2013, que es la mayor desagregación presentada en el portal por entidad federativa. De ahí se agregaron los datos de acuerdo a sectores y subsectores que se consideraron representativos de la estructura productiva tabasqueña.

V. RESULTADOS

El estado de Tabasco se encuentra en el sureste de México y se encuentra dotado de un recurso natural de naturaleza finita: el petróleo. Producto de ello, el sector con mayor dinamismo respecto al total, es el secundario con un 69.48% del total de la actividad, siguiéndole el terciario 29.38% y el primario con apenas 1.13%. Dentro del estudio de cifras históricas por sectores y por actividad económica 2003-2014, el sector con mayor celeridad es el secundario con un promedio de crecimiento de 4.30%, siguiendo el sector terciario con 3.26%, un decremento de -1.81% para el sector primario.

El análisis de datos históricos ofrece un resumen sobre comportamiento de las actividades económicas realizadas en el Estado de Tabasco durante un periodo dado, y partiendo de este marco histórico es posible implantar, un análisis de la realidad económica estatal comparada con la nacional, por medio de la Técnica Shif Share y Coeficientes de Localización Simple.

La Tabla 1.1 ofrece un comparativo de las Tasas de Crecimiento por tipo de actividad, en la escala Nacional y Estatal, lo que a su vez permite el desarrollo de la Técnica antes mencionada, para finalmente incluir el Cálculo de Coeficiente de localización Simple (CLS) 2014. Consecuencia de ello, es posible observar que el sector de minería, donde está clasificada la extracción de petróleo tiene un alto coeficiente de localización simple. Aunque el coeficiente de localización no es un indicador preciso acerca de la propensión marginal a consumir (Flegg et al., 2014; Blair, 1991), en el caso de Tabasco afirma su ventaja en recursos naturales.

Actividades	Tasa de crecimiento nacional	Tasa de crecimiento estatal	CLS	Efecto nacional (Cni=gi-G)	Efecto estructural (GI-G)	Efecto regional (gi-Gi)
11 Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza	1.13%	-1.81%	0.36	-4.40%	-1.46%	-2.94%
21 Minería	-0.65%	4.88%	7.84	2.29%	-3.23%	5.52%
22 Generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, suministro de agua y de gas por ductos al consumidor final	5.02%	7.50%	0.29	4.92%	2.44%	2.48%
23 Construcción	2.11%	2.93%	0.68	0.35%	-0.48%	0.82%
31-33 Industrias manufactureras	1.79%	-0.14%	0.27	-2.73%	-0.79%	-1.93%
43-46 Comercio	3.36%	5.08%	0.53	2.50%	0.77%	1.73%
48-49 Transportes, correos y almacenamiento 51 Información en medios masivos	4.34%	5.92%	0.40	3.33%	1.76%	1.58%
52 Servicios financieros y de seguros 53 Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	4.15%	3.62%	0.46	1.04%	1.56%	-0.53%
54 Servicios profesionales, científicos y técnicos 55 Corporativos 56 Servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos y desechos, y servicios de remediación	2.07%	0.94%	0.33	-1.64%	-0.52%	-1.12%
61 Servicios educativos	1.03%	0.94%	0.61	-1.65%	-1.55%	-0.10%
62 Servicios de salud y de asistencia social	2.19%	2.74%	0.73	0.15%	-0.39%	0.55%
71 Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos 72 Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas 81 Otros servicios excepto actividades gubernamentales	1.44%	0.82%	0.39	-1.77%	-1.15%	-0.62%
93 Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales	1.22%	0.02%	0.53	-2.57%	-1.36%	-1.21%

Tabla1.1 . Shift-share por actividades a precios constantes (base 2008) 2003-2014

Fuente: Elaboración propia, con datos de INEGI 2014

El sector primario nacional durante el periodo de análisis 2003-2014 registro una tasa de crecimiento de 1.13%, mientras el estado de Tabasco manifestó un -1.81% en su tasa de crecimiento, así mismo, el coeficiente de localización simple .035 manifiesta un bajo grado de especialización, que comparado con las actividades del sector minero con un coeficiente de 7.83, denotan el deterioro del sector primario. En el análisis Shift-Share, el efecto nacional posee un arrastre de -4.40% en relación a la tasa de crecimiento nacional, un efecto en su estructura sectorial de 0.43%, que muestra la diferencia entre la tasa de crecimiento observada y la que hubiera experimentado la región, si tuvieran las tasas de crecimiento

sectoriales del conjunto nacional. Así mismo, el efecto regional manifiesta un descenso en la eficiencia de las empresas agrícolas en la región de -2.94%.

Las actividades mineras, que engloban las labores extractivas de petróleo, representan el mayor dinamismo para el estado de Tabasco, al experimentar en el mismo periodo, una tasa de crecimiento 4.88%, en relación al nacional de -0.65%, tiene un coeficiente de localización $CSL > 1$ de 7.83, lo cual denota un alto grado de especialización de este sector en la región. Por lo que respecta al análisis Shift-Share, un resultado contrario al que sucede al sector agrícola, el efecto nacional es 2.29%, con lo que la tasa de crecimiento estatal conllevan a incrementar la escala nacional. En lo que respecta al efecto estructural -3.23%, denota las escasas tasas de crecimiento que posee el sector a nivel nacional, siendo un efecto contrario el regional 5.52% que pone por encima los niveles de productividad de las organizaciones petroleras.

La industria manufacturera por su parte, mantuvo una tasa de crecimiento 1.79% a nivel nacional y -0.14% a nivel estatal, lo cual combinado con el Shift share, genera un efecto nacional negativo de -2.73%, lo que de igual forma se manifiesta en la cuantificación del efecto regional con un -1.93% derivado de un menor dinamismo de las actividades manufactureras en la región. El efecto estructural -0.79% muestra un desfavorable valor para el crecimiento nacional.

La tasa de crecimiento nacional del comercio es de 3.36% y la del Estado de Tabasco es de 5.08% mostrando así que las actividades comerciales en la región están por encima del promedio nacional lo que muestra que en la región es propicia para esta actividad. El coeficiente de localización simple (CLS) es de 0.53% lo que dice que no satisface las necesidades de la región ya que el porcentaje es menor a 1. El análisis Shift-share, sobre el efecto nacional tiene un promedio 2.50% siendo esta la tasa de crecimiento de la región comparada al crecimiento nacional dando un resultado positivo. El efecto estructural muestra un promedio en la estructura nacional 0.77% que es la diferencia entre las tasas de crecimiento regional y nacional siendo positiva para la región. El efecto regional es de 1.73% siendo mayor al promedio nacional mostrando una ventaja competitiva en el sector comercial y una mayor eficacia en la región para llevar a cabo esta actividad.

El crecimiento nacional de los servicios educativos es 1.03% mientras que la del Estado de Tabasco es de 0.94% lo que nos muestra que la estructura de actividades de la región es desfavorable para el crecimiento, en términos generales puede afirmarse que el efecto nacional tiene mayor peso que el estatal. El coeficiente de localización simple (CLS) es de 0.61% que es menor a 1 lo que significa que no satisface los requerimientos de la región ya que está muy por debajo del nivel mostrado a nivel nacional. El análisis Shift-Share sobre el efecto nacional tiene un promedio de -1.65% que es la tasa de crecimiento que la región muestra comparada con el total nacional. El efecto estructural es de -1.55% que es la diferencia entre la tasa de crecimiento de la nación y la estatal lo que muestra una estructura sectorial negativa. El efecto regional es de -0.10% que muestra

que la eficiencia o dinamismo es menor al promedio regional mostrando así que no hay ventaja competitiva en los servicios educativos.

VI. DISCUSIÓN

Este es un primer paso para construir un marco estadístico para la matriz de contabilidad social regional (MCSR) y su correspondiente cuadro de insumo producto regional (CIPR), con la finalidad de calcular la estimación de las importaciones. Sin embargo el coeficiente de localización simple, puede, sin embargo, producir serios resultados de sobreestimación. Porque en un esfuerzo de permitir la menor importancia de la manufactura para dar mayor importancia a las importaciones para satisfacer la demanda regional, puede no considerar las ventas de su manufactura dado que no toma en cuenta el sector proveedor de insumos y a los sectores que le compran y podría ser que la manufactura estuviera especializada en la provisión total de sectores locales. En este sentido, un refinamiento de este coeficiente se realiza para ofrecer las aproximaciones a los coeficientes de insumo producto (Flegg et al. 2014; Flegg et al. 1995b).

Asimismo, es importante señalar que en el Shift-Share básico, tiene limitaciones en su aplicación: las ponderaciones nacionales que intervienen en el cálculo de efectos estructural y regional comparado, pueden cambiar a través del tiempo, durante el periodo de análisis y no ser estable en el largo plazo (Ramajo et al., 2008). Además, los resultados son sensibles al grado de desagregación sectorial y regional y por otra parte tener dificultades a la hora de separar los efectos. Asimismo diversos autores señalan que es necesario incorporar las relaciones horizontales o de región a región, es decir integrar de manera explícita las interacciones espaciales (Ramajo, 2008; Nazara et al. 2004).

VII. CONCLUSIONES

Entre las razones por las cuales las aproximaciones tradicionales para el análisis de la estructura económica suele sobrestimar los multiplicadores regionales, se encuentra el uso de fórmulas ajustadas que no consideran el tamaño relativo de las regiones subestimando o sobreestimando la propensión a importar de otras regiones, el uso inapropiado de métodos de agregación sectorial, o la falla al ajustar las diferencias entre la tecnología nacional y regional.

El objetivo de la investigación se centra en llevar a cabo el análisis sectorial de la economía tabasqueña en el período 2003-2013 con el propósito de sentar bases que aporten a la discusión en torno al crecimiento económico y el bienestar de la población del estado, lo cual nos lleva a comprender la importancia de las actividades relacionadas con la extracción de hidrocarburos, así como observar la diferencia con la estructura de la economía nacional para finalmente situarlo en la realidad económica.

Por tal motivo, es trascendental ejecutar programas de diversificación de la economía tabasqueña, así como también, resulta prioritario implementar medidas de reactivación de las actividades primarias, que potencializadas por la mecanización del campo, mejoren los niveles de productividad y competitividad

VIII. REFERENCIAS

BLAIR, J.P. (1991). *Urban & Regional Economics*, Ed. Irwin, cap. 4, USA.

DUNN, E.S. (1960). *A Statistical and Analytical Technique for Regional Analysis*. Papers of the Regional Science Association. Vol 6, pp. 97 112

FLEGG, A.T., Y. Huang & T. Thomo (2014). *Cross Hauling and regional input-output tables: the case of province of Hubei, China*. Bristol. Economic Working Paper Series, 1310. University of the West of England.

FLEGG, A.T., C.D. Webber & M.V. Elliott, (1995a). *On the Appropriate use of Location Quotients in Generating Regional Input-Output Tables*. *Regional Studies*, Vol. 29.6 pp 547-561

FLEGG, A.T. & C.D. Webber, (1995b). *On the Appropriate use of Location Quotients in Generating Regional Input-Output Tables. Reply*. *Regional Studies*, Vol. 31.8 pp 795-805.

LOVERIDGE, S., (2004). *A Typology and Assessment of Multi-sector Regional Economic Impact Model*. Ed. Stephen Roper. *Critical Surveys. Regional Science*, Vol. 38.3 pp 305-317.

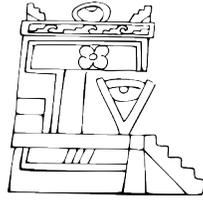
MCCANN, P., (2001). *Urban and Regional Economics*. Oxford, Nueva York. Oxford University Press. 304 p.

MUSTAFA D., K. E. Haynes & M. Tarimcilar, (2003). *Integrating models for regional development decisions: A policy perspective*. en *The Annal of Regional Science*, Springer-Verlag, 37:31-53.

NAZARA, S. & G.J D.Hewings, (2004). *Spatial Structure and Taxonomy of Decomposition in shift-share analysis*. *Growth and Change*, Vol. 35, 4, 476 - 490.

RAMAJO H., J. & M.A. Márquez P., (2008). *Componentes espaciales en el modelo Shift-Share*. Una aplicación al caso de las regiones peninsulares españolas. *Estadística Española*. Vol. 50, número 168, páginas 247-272.

ROUND, J. (2003). *Applying input-output analysis at the level regional: some reflections on the state of the art*. en Callicó L., Josefina, R. Bouchain G. & R. Mariña.



Difusión y Divulgación
Científica y Tecnológica

José Manuel Piña Gutiérrez
Rector

Arturo Díaz Saldaña
Secretario de Investigación, Posgrado y Vinculación

Andrés González García
Director de Difusión y Divulgación Científica y Tecnológica

Francisco Morales Hoil
Jefe del Departamento Editorial de Publicaciones No Periódicas

Esta obra se terminó de editar el 25 de agosto de 2017, en la División Académica de Ciencias Económico Administrativo ubicada en Av. Universidad S/N Zona de la Cultura; Villahermosa, Tabasco, México. El cuidado estuvo a cargo de los autores y del Departamento Editorial de Publicaciones No Periódicas de la Dirección de Difusión y Divulgación Científica y Tecnológica de la UJAT.



**UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO**

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