HITOS DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

www.revistas.ujat.mx/index.php/hitos

SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2022 AÑO 28, No. 82 ISSN 2448-4733

Revista **HITOS DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS**

DIRECTORIO INSTITUCIONAL

Lic. Guillermo Narváez Osorio
Rector

M.E. José Juan Paz Reyes
Director de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas

EQUIPO EDITORIAL

Lic. Jaime Alberto Osorio Villafuerte
Editor en Jefe

M.A. Luis Arturo Méndez Olán
Gestor Editorial

COMITÉ EDITORIAL INTERNACIONAL

Dr. Luis Manuel Cerdá-Suárez
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.

Dra. Antonia Elisabeti Godoy
Universidad Nacional de Misiones, Argentina.

Dr. Antonio Carlos Giuliani
Universidad Metodista de Piracicaba, Brasil.

Dr. Dagoberto Páramo Morales
Universidad del Norte, Colombia.

Dra. Ursula Zulawska
Universidad de Ciencias Sociales, Polonia.

Dra. Yolima Farfán Buitrago
Pontificia Universidad Javeriana, Colombia.

COMITÉ EDITORIAL NACIONAL

Dr. José Vili Martínez González
Ajedrez Consultores, México.

Dra. Laura Estela Fischer-De la Vega
Universidad Nacional Autónoma de México, México.

PhD. Raúl Enrique Molina-Salazar
Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, México.

Dr. Aníbal Carlos Zottele Allende
Universidad de Veracruz, México.

Dra. Nadima Simón Domínguez
Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Dr. Raúl Molina Salazar
Universidad Autónoma Metropolitana, México.

EDITORES ASOCIADOS

Dr. Heberto Romeo Priego Álvarez
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México.

Dra. Edith Georgina Surdez Pérez
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México.

Dra. Gilda María Berttolini Díaz
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México.

Dra. Yazmín Denisse Salvador García
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México.

COMITÉ DE TRADUCTORES

M.E. Ma. E. Erika Allerhand Ramírez
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México.

Dra. María Cruz Cuevas Álvarez
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México.

Mtra. María del Rosario Jara Valls
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México.

Mtra. Rosario Cruz Solís
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México.

Lic. Ángel Armando Contreras Aparicio
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México.

ÍNDICE

Artículo Original	Páginas
Repercusiones de las Pymes de comercio textil de Centro, Tabasco ante el COVID-19.	**277-293**
La motivación y su correlación con el reconocimiento laboral enfocada en una empresa del sector hotelero de la ciudad de Durango, México.	**294-314**
Del laboratorio al mercado de innovación. La biotecnología con visión empresarial en México.	**315-328**
Propuesta de innovación en mercadotecnia para una pequeña empresa en la industria del vestido en Puebla.	**329-348**
Influencia de actos corruptivos en la administración de las micro y pequeñas empresas de Bacalar, Quintana Roo.	**349-365**
¿Qué tan competitivos, son los países de la alianza del pacífico en infraestructura financiera, 2010-2019	**366-387**
Estudio de las prácticas disciplinares de la Contabilidad de Costos, caso estudio: las Pymes del Ecuador sector alimenticio.	**388-404**
Complejidad económica mediante los cálculos de diversidad y ubicuidad de los principales municipios de Tabasco.	**405-419**
Importancia de la inteligencia emocional en el cambio del clima organizacional.	**420-433**

HITOS DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS, Volumen 28, Número 82, Septiembre-Diciembre 2022, es una publicación continua editada por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Av. Universidad S/N, Zona de la Cultura, Col. Magisterial, C.P. 86040, Villahermosa Tabasco, México. Tel. (+52) (933) 358 1500 Ext. 6309, https://revistahitos.ujat.mx, hitos@ujat.mx.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

ISSN: 2448-4733

Repercusiones de las Pymes de Comercio Textil de Centro, Tabasco ante el COVID-19.

Repercussions of the Textile Trade Smes in the Municipality of Centro, in Tabasco before COVID-19.

Castro Velázquez, Rosalía del Carmen*, Ávalos Díaz, Aransazú**

*Egresada de la Licenciatura en Contabilidad. División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Villahermosa, Tabasco. Email: rccv15@gmail.com, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-5928-5309.

**Doctora en Educación. División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Villahermosa, Tabasco. Email: aransazu.avadi@gmail.com, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-9397-6074.

Correo para recibir correspondencia: rccv15@gmail.com

Fecha de recibido: 23 de febrero de 2021 **Fecha de aceptación:** 30 de abril de 2022

RESUMEN

OBJETIVO: Identificar las incidencias que tuvieron las PyMEs de ropa en el municipio de Centro, Tabasco, debido a las restricciones sanitarias emitidas durante la pandemia en el año 2020.

MATERIAL Y MÉTODO: El diseño de la investigación es descriptiva, documental y exploratoria pues se recolecta información de documentos oficiales y artículos científicos para la observación del comportamiento en el funcionamiento de las PyMEs y es de tipo deductivo-inductivo pues se utiliza una guía de observación de campo como instrumento de recolección de datos. La población de estudio se obtiene del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas del INEGI, la cual contempla 105 empresas del sector comercio en la colonia Centro al año 2020.

RESULTADOS: La disminución de ingresos fue el principal tipo de afectación en las PyMEs debido al cierre parcial obligatorio. Por esto, algunas empresas cerraron sus puertas definitivamente porque no alcanzaban a solventar sus deudas.

CONCLUSIONES: Las PyMEs de estudio han podido implementar diversas estrategias para poder subsistir debido a su gran ventaja de fácil adaptación a los cambios del mercado.

PALABRAS CLAVE: Economía. Pandemia. PyMEs.

ABSTRACT

OBJECTIVE: Identify the incidents of clothing SMEs in the municipality of Centro, Tabasco, due to the sanitary restrictions issued during the pandemic in 2020.

MATERIAL AND METHOD: The design of the research is descriptive, documentary, and exploratory since information is collected from official documents and scientific articles for the observation of behavior in the functioning of SMEs, and it is of a deductive-inductive type since an observation field guide is used as a data collection instrument. The study population is obtained from the National Statistical Directory of Economic Units of the INEGI, which includes 105 companies in the commerce sector in the Centro neighborhood by the year 2020.

RESULTS: The decrease in income was the primary type of affectation in the SMEs due to the mandatory partial closure. For this reason, some companies closed their doors permanently because they could not pay off their debts.

CONCLUSIONS: The study SMEs have been able to implement various strategies to survive due to their great advantage of easy adaptation to market changes.

KEYWORDS: Economy. Pandemic. SMEs.

INTRODUCCION

Dada a la emergencia sanitaria generada por la pandemia denominada como COVID-19 se tomaron medidas necesarias de distanciamiento social y confinamiento para contener la propagación de este virus. Esto ha puesto en riesgo a las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) en su funcionamiento pues han reducido sus ventas y por ende esto ha causado un gran desempleo en el país de México y en el mundo.

> México presenta más de 4.1 millones de microempresas que aportan 41.8% del empleo total. Las pequeñas empresas suman 174,800 y representan 15.3% de empleabilidad; por otro lado, las medianas empresas llegan a 34,960 y generan 15.9% del empleo. Las PyMEs se concentran en actividades como el comercio, los servicios y la industria artesanal, al igual que en trabajos independientes (Sánchez, 2015, p. 26).

Para realizar esta investigación se formularon las siguientes preguntas ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que tienen las PyMEs del sector Comercio al por menor de ropa de la colonia Centro en Villahermosa, Tabasco? ¿Cuáles son las medidas tomadas por el gobierno federal y estatal por la emergencia sanitaria? ¿Qué estrategias tomaron las PyMEs para evitar el colapso económico?

Según información proporcionada por la OMS (Organización Mundial de la salud, 2020) el coronavirus es la más reciente enfermedad contagiosa descubierta en Wuhan, China en diciembre de 2019, este nuevo coronavirus es llamado COVID-19. La sintomatología que ha presentado los contagiados van desde un resfriado común hasta un síndrome respiratorio tan grave que puede causar la muerte.

Por otra parte, Brum (2020) menciona que el COVID-19 ha registrado más de 200 mil casos en 163 países, dejando a miles de personas fallecidas y al menos 82 mil personas recuperadas, no contando las cifras de afectación económica que ha dejado este virus.

Partiendo de lo antes expuesto, esta investigación describe las estrategias de ventas que han tenido las PyMEs dedicadas a la comercialización de ropa en el municipio del Centro en Tabasco, debido a la disminución de actividades por las restricciones sanitarias gubernamentales generadas durante la pandemia COVID-19. Se contrastan las ventajas y desventajas de las PyMEs en Tabasco y se identifican las diversas medidas tomadas por el gobierno federal y estatal para el aislamiento social. Las PyMEs forman parte esencial para la población, pues estas son generadoras de empleos que representan un excelente medio para el desarrollo económico del Estado. Es por ello que con esta investigación se desea contribuir al estudio y problemática que se encuentran las PyMEs actualmente en Tabasco.

Empresas

Flores, Hernández y Flores (2010) definen empresa como “una unidad económica de producción y decisión 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”.

En México operan desde pequeñas empresas locales hasta grandes transnacionales que aportan a la sociedad teniendo una gran solvencia y estabilidad laboral. Asimismo, hay microempresas informales que también influyen en la economía local.

Keat y Young (2004) comentaron que “la teoría tradicional (neoclásica) de la economía definió a la empresa como un conjunto de recursos que se transforman en productos demandados por los consumidores” (p. 28).

Las PyMEs

Carranco (2017) menciona que las PyMEs surgen en el año 1950 destacándose en la producción de tejidos, madera y alimentos, generando empleos y con ello contribuían a reducir el índice de pobreza. Pese a esto por falta de planes de apoyo y de normas, se vio afectado en su crecimiento (p. 148).

Por otro lado, Martínez y Vera (2017) destacan que las PyMEs cumplen un papel importante en la economía nacional, ya que aporta a la producción y distribución de bienes y servicios, así como también mantiene su capacidad de cambiar rápidamente su estructura productiva.

Según el INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2019) “las PyMEs son un elemento importante dentro de la economía mexicana ya que 4.1 millones de empresas son micro,

pequeñas o medianas y gran parte de la actividad económica y el empleo está estrechamente ligado a ellas".

En la tabla siguiente, se muestra la distribución por tamaño (INEGI, 2019).

Tabla 1
Número de empresas por tamaño

Tamaño	Empresas	
	Número	**Participación (%)**
Microempresas	4,057,719	97.3
Pequeñas y medianas empresas (PyMES	111,958	2.7
Total	**4,169,677**	**100.0**

Nota. INEGI y la Secretaría de Economía, en colaboración con la Asociación Mexicana de Secretarios de Desarrollo Económico (2019).

Las PyMES registradas en México, se dedican principalmente al giro de manufacturas, comercio y servicios privados no financieros. Por otra parte, Sánchez (2015) recalca que las PyMEs aportan el 52% del Producto Interno Bruto (PIB) del país y generan el 72% del empleo.

Las PyMEs mexicanas se encuentran en diversos sectores atendiendo a las grandes empresas, muchas son microempresas que tienen poca estabilidad económica, tales como, tienditas, puestos de comida, ambulantes, talleres.

Gisella y Noussan (2012) relatan que "se consideran pequeñas empresas aquellas que tienen menos de 20 trabajadores y medianas las que tienen entre 20 y 500 empleados" (p. 10).

Debido a que las PyMEs son el sector empresarial más vulnerable ante una crisis económica, se analizan las ventajas y desventajas de estas.

Ventajas de las PyMEs

De acuerdo a Navarro, García y Vela, (1999) las ventajas de las PyMEs son:

- Generan alto volumen de empleo.
- Rapidez de respuesta a los cambios en el entorno.
- Favorece el desarrollo interregional, descentralizando y potenciando las economías regionales.
- Flexibilidad de estructuras, que favorece adaptaciones inmediatas a los mercados, incluso acciones anticipativas.

- Proporciona oportunidades de inversión a corto plazo.
- Facilita el crecimiento y desarrollo de las grandes empresas.
- Son escuela de formación de empresarios.
- Simplicidad de organización, que facilita la integración y comunicación entre las áreas funcionales, y entre la empresa y su entorno.
- Actúa de amortiguador en las crisis coyunturales, debido a su menor costo de capital y su mayor flexibilidad.
- Facilita la identificación del personal con la cultura de la empresa.
- Permite un mejor aprovechamiento de las capacidades creativas del personal.
- Menores costos de inversión y desinversión (p. 13).

Por otra parte, el gobierno mexicano ha realizado diversas estrategias para ayudar a las PyMES, ya que fomentan el desarrollo del país; debido a la capacidad para generar empleos mantienen a la población económicamente activa; su actividad emprendedora permite el crecimiento y pasar de una PyME a una gran empresa; además, se encuentran a lo largo del país con la facilidad para disminuir o ampliar sus operaciones.

Como se ha mencionado, las PyMEs tienen la capacidad de generar una gran cantidad de empleo. En México, las PyMEs tienen un gran potencial de desarrollo en la economía, debido a los pequeños costos de inversión estos pueden mover su dinero con mayor agilidad y recibir ganancias a corto plazo.

Desventajas de las PyMEs

Así como las PyMEs presentan ventajas para impulsar el desarrollo económico también presenta desventajas como lo explica Wilsoft (2018) “el acceso a mercados tan específicos o a una cartera reducida de clientes aumenta el riesgo de quiebra de estas empresas, por lo que es importante que estas empresas amplíen su mercado o sus clientes”.

Según Navarro et al., (1999):

> Las PyMEs tienen diferencias en las características de los empleos que ofrecen comparado con las grandes empresas, ya que las grandes empresas ofrecen mayores percepciones y más horas laborales. Las perspectivas de promoción y las oportunidades de formación son menores en las PyMEs, así como la estabilidad de los empleos (p. 5).

Por otro lado, Guillen (2017) nos menciona que las fuentes de financiación para una PyME son muy reducidas ya que las grandes empresas tienen productos financieros a su alcance para

financiar su actividad. En cambio, las PyMEs no cuentan con la facilidad de solicitar préstamos pues los bancos dudan en que puedan hacer la devolución.

Una PyME no tiene capacidad de negociación en las condiciones de compra debido al volumen de productos que adquiere. Además, que, su radio de operaciones es regional o local sus ingresos se reducen a pocas personas. Son objeto fácil de problemas, sobretodo económico en tiempos de crisis, lo cual en ocasiones las obliga a terminar en cierre.

Las PyMEs tienen ciertas desventajas tanto para sus empleados como en la misma empresa, pues los empleados no tienen seguridad de disponer un trabajo estable y con buen salario, mientras que la empresa puede sufrir inestabilidad económica debido a la menor cantidad de clientes que estos tengan ya que las grandes empresas los absorben.

Las ventas y las PyMEs

De acuerdo a Eliecer y Herrera (2015), las ventas pueden dividirse en:

> Venta reactiva, la cual nos presenta un vendedor tradicional, que tiene un conocimiento pleno del producto o servicio, que en su entrevista de ventas hace énfasis en la descripción de las características y atributos del producto, pero no resalta los beneficios de este y siempre reacciona a una señal del cliente o de la competencia antes de tomar la iniciativa, y la venta proactiva, el cual nos presenta a un vendedor moderno que tiene la habilidad de movilizar a compradores fríos y desmotivados y propone nuevas estrategias de comercialización para mejorar su actividad personal y profesional, indagando necesidades y brindando soluciones con sus productos y servicios creando valores agregados y nuevas demandas (p. 9).

Lareki (2009) destaca que “es importante profesionalizar los equipos de ventas, las PyMEs están aplicando objetivos a corto plazo para trabajar teniendo en cuenta al cliente y tratar de satisfacerlo a pesar de los escasos recursos que se manejan” (p. 19).

Pandemia mundial coronavirus SARS-Cov-2

El gobierno de México (2020) publicó que:

> El coronavirus SARS-Cov-2 es un virus que apareció en China, después se extendió a todos los continentes del mundo provocando una pandemia. Actualmente Europa y América son los más afectados. Este nuevo virus, provoca la enfermedad conocida con el nombre de COVID-19. Esta enfermedad afecta a todas las personas, pero corren más

riesgo; las personas mayores, las personas embarazadas, las personas con alguna enfermedad previa como cáncer, diabetes o hipertensión. En México se han confirmado 146,837 casos de COVID y 17,141 muertes por esta enfermedad.

El COVID-19, es una pandemia que se puede controlar mientras se tomen las medidas preventivas que indica la OMS. Los países que se nieguen a tomar estas medidas pueden tener una mayor cantidad de personas infectadas por el cual el sistema de salud tendría una carga más pesada para imponer medidas de control más severas y con ello proteger a la población y a la economía del país.

Medidas tomadas por el gobierno federal y estatal

Puesto que, el COVID-19 es una enfermedad muy contagiosa, es necesario que las personas eviten salir de sus casas para evitar una mayor cantidad de personas contagiadas y hospitalizadas. Es por esto que como una medida más de prevención el gobierno señaló que sólo podrían estar abiertos los centros de trabajo indispensables, para que la ciudadanía cuente con los servicios básicos para sobrevivir. Así como otras medidas necesarias para detener el contagio como lo son: lavarse las manos, utilizar gel de alcohol al 70 por ciento, mantener la sana distancia al encontrarnos con otras personas el cual consta de al menos un metro y medio, siendo obligatorio el uso de cubre bocas en los transportes públicos y los espacios cerrados, como las oficinas, bancos y supermercados.

Los comercios denominados no esenciales abrieron sus puertas a finales de 2020 operando solo el 50% con un horario de 9 am a 6 pm solo de lunes a viernes para reactivar la economía, con ello las empresas tuvieron que acatar a las medidas tomadas por el gobierno de estado. Estas empresas debían contar con tapetes sanitizantes, gel antibacterial, exigir uso de cubre bocas, tomar la temperatura de las personas y no debían realizar eventos presenciales que inclinen a la aglomeración de personas, así como liquidaciones, ventas nocturnas y gran barata, pudiendo realizarse únicamente en línea o vía telefónica bajo la modalidad de entrega a domicilio.

Ante la propagación del COVID-19 en el estado de Tabasco, las medidas sanitarias se fueron intensificando afectando fuertemente a la economía tabasqueña, debido a que no había un plan de contingencia para ayudar al sector empresarial.

Desempleo

Según el artículo presentado por Forbes staff (2020) El confinamiento en México ha representado una disminución de la fuerza laboral, 12 millones de personas dejaron de trabajar o de buscar empleo a causa de la pandemia.

Por otra parte, Cruz (2020) presenta que: “hasta el mes de abril, el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) registró una pérdida de poco más de medio millón de empleos a raíz del COVID-19 […]”, lo cual afecta a la economía local, nacional y sobre todo familiar.

La pandemia a la que nos enfrentamos hoy en día ha causado grandes niveles de desempleo, ya que las empresas han sufrido cuantiosas pérdidas por la reducción de ventas que ha causado el aislamiento de los consumidores el cual los ha llevado a la quiebra. Esto ya sea por deudas, préstamos, intereses o por falta de estrategias de ventas que las hagan adaptarse a la situación y continuar con su desarrollo económico.

Reducción de ventas

Impuestum (07 de mayo de 2020) menciona que:

> El 81% de las PyMEs manifestó que los principales problemas que enfrentan son la disminución en sus ventas y problemas de liquidez para asumir sus gastos primordiales, un 56% el pago de nómina y 25% manifestó problemas en la cadena de suministro (p. 1).

López (2020) informa que “en la ciudad de Villahermosa, Tabasco con el objetivo de cesar las aglomeraciones en los centros comerciales y evitar la propagación de contagios de COVID-19 en la entidad, anunciaron el cierre parcial del comercio”.

Un estudio realizado por COPARMEX (2020) relata que el 40% de las PyMEs en Tabasco, ya están siendo afectadas por la emergencia sanitaria del COVID-19 y corren peligro de quedarse en bancarrota y no contar con el dinero para pagar a sus trabajadores, por la disminución de sus ventas y la demanda por sus servicios.

Además, Pérez (2020, 24 de marzo) comenta que el COVID-19, ha ocasionado que las ventas de las pequeñas empresas de Villahermosa disminuyeran hasta un 60% en tanto que el comercio organizado reportó una disminución en la actividad de un 45 a un 55% dejando a algunos locales cerrados.

En la ciudad de Villahermosa, los comercios considerados no esenciales llevan cerrados cinco meses, entre ellos, la industria textil, que se esperaba un repunte en sus finanzas con el inicio del

ciclo escolar, lo cual no será posible debido a que el semáforo rojo, por la pandemia, no permite el regreso a clases de manera presencial.

Impacto de la economía por coronavirus

Según una encuesta realizada por la Federación de Industrias Surcoreanas (FKI) a las asociaciones económicas en 18 países, estimaron que habrá otra recesión económica mundial, debido a una posible segunda ola de la pandemia del COVID-19. “Más de la mitad de los países previeron que la economía mundial se recupere en abril de 2021 y regrese a la normalidad a fines de 2022” (Forbes staff, 2020).

En una investigación realizada por Pérez (2 de abril de 2020) menciona al economista Óscar Ugarteche Galarza, integrante del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM quien dice que:

> En México, queda analizar qué pasará con los pequeños comercios, con los puestos ambulantes y con los mercados populares que se verán afectados ante la reducción de ventas. Esta es una población cuya actividad económica se verá severamente afectada y su recuperación dependerá del restablecimiento del país en ese tema, ya que la gran mayoría habrá perdido su capital de trabajo (p. 1).

Pérez, Hernández, Domínguez y López (2020) mencionan en el periódico el Heraldo de Tabasco que “la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CANACO Servytur) Villahermosa, estimó que habría pérdidas económicas por el orden de los 400 millones de pesos por la cancelación de eventos como la Feria Tabasco 2020”.

El sector comercio y servicios en la ciudad de Villahermosa, sufrió grandes afectaciones por el cierre de empresas y cancelación de eventos para evitar contagios por la pandemia COVID-19.

COVID-19 y la caída del precio del petróleo

Deloitte (2020) comenta que, entre enero y marzo del 2020 el precio del petróleo cayó a nivel mundial, debido a las bajas expectativas de crecimiento por la propagación del COVID-19. El confinamiento mantiene a millones de personas alrededor del mundo encerradas en sus hogares, lo que provoca una disminución en el consumo del petróleo.

Además, Ordaz (2020) menciona que “el desplome de los precios afectó aún más a los mercados que ya estaban asustados por el impacto del COVID-19 en la economía global y la demanda de petróleo” (p. 1).

Así como el impacto negativo que ha tenido la economía debido al COVID-19 el precio del petróleo ha tenido su mayor caída en 30 años el cual afectaría al recorte de programas establecidos en el país.

MATERIAL Y MÉTODO

Este trabajo se enfoca en una investigación descriptiva, documental y exploratoria pues se recolecta información de documentos y artículos científicos publicados en la web impartidos por expertos para la observación del comportamiento en el funcionamiento de las PyMEs, haciendo especial énfasis en las PyMEs del sector textil, sus ventajas y desventajas. Así mismo, toda la información oficial emitida por las entidades gubernamentales para conocer los lineamientos para el cuidado sanitario.

De acuerdo al Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas del INEGI publicado en su página web, existen un total de 451 establecimientos con la actividad: *comercio al por menor de ropa, excepto de bebé y lencería*, en el municipio del Centro del estado de Tabasco hasta el año 2019 y los cuales son considerados establecimiento con actividades no esenciales durante COVID-19.

Para efectos de esta investigación y considerando los lineamientos de aislamiento social, se estudian los 105 establecimientos de la colonia Centro, del cual se obtiene la muestra de estudio de 83 establecimientos con un 95% de confiabilidad.

El método utilizado para la realización de este trabajo es de tipo deductivo-inductivo el cual pretende analizar y buscar en el razonamiento por medio del cual se alcanzan conclusiones generales partiendo de antecedentes en particular, se basa en la observación y la experimentación de hechos y acciones concretas para así poder llegar a unos resultados.

A través de una observación estructurada, se diseña una guía de observación para visitar a las empresas de comercio al por menor de ropa, de la colonia centro. Se examina el contexto que viven estos comercios durante los meses mayo-noviembre 2020, reconociendo el ambiente social a través de las visitas al lugar y las publicaciones oficiales por medios impresos y electrónicos.

La tabla 2, muestra las variables que fueron indagadas en la guía de observación:

Tabla 2
Ítems de la guía de observación

Datos de identificación	• Fecha • Nombre de la empresa • Ubicación
Criterios de evaluación	Administración: • Cumple con las restricciones establecidas por la autoridad local. • Cuenta con las medidas sanitarias ante el Covid-19. • Realiza adecuaciones físicas al establecimiento.
	Ventas: • Cuenta con página de internet. • Cuenta con redes sociales (facebook, instagram, whats app, etc.). • Realiza ventas en línea a través de diversos dispositivos virtuales.

Nota. Elaboración propia.

La guía de observación solicita información importante para el resultado de la investigación, tales como, ubicación del local, si la empresa cuenta con página de internet o redes sociales, posibles clientes, si están cumpliendo con las medidas sanitarias gubernamentales, que ha cambiado con las nuevas medidas, entre otros. En algunos casos, se pudo realizar una entrevista a personal directivo para conocer más sobre las estrategias implementadas para continuar con sus ventas.

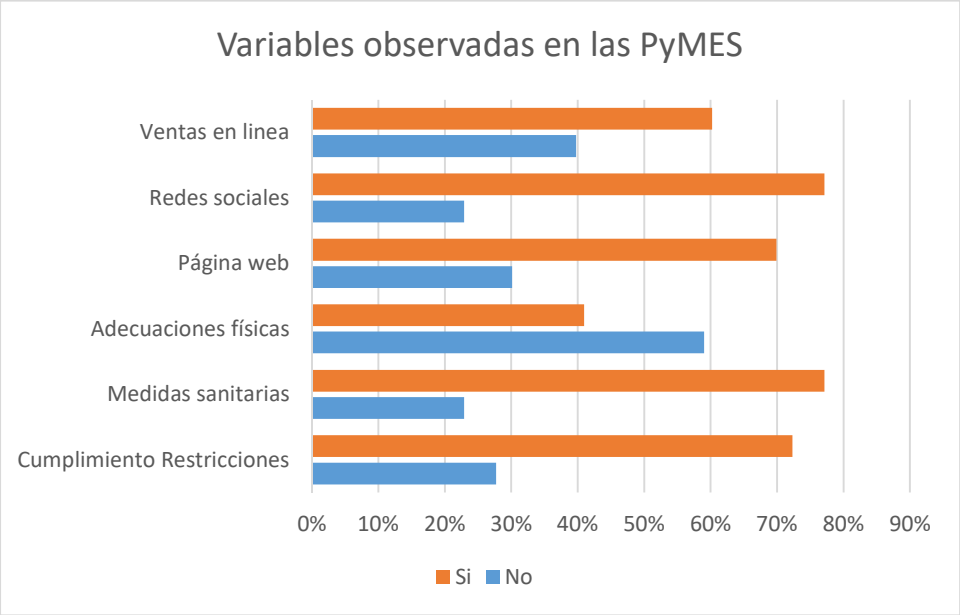
RESULTADOS

La disminución de los ingresos fue el principal tipo de afectación de las empresas debido al cierre parcial obligatorio indicado por el gobierno. Por esto algunas empresas cerraron sus puertas definitivamente porque no alcanzaban a solventar sus deudas.

La venta en línea fue la estrategia más beneficiosa que tienen las PyMES para continuar generando ingresos. Para esto, utilizaron redes sociales famosas para ofrecer sus mercancías, optaron por brindar atención personalizada por servicios de mensajerías y llamadas. Al igual que implementaron el servicio a domicilio para que los clientes no se expusieran al salir de sus casas.

Figura 1

Variables observadas en las PyMEs de la colonia Centro



Nota. Elaboración propia.

Otra estrategia que las PyMEs de la muestra analizada aplicaron para generar ingresos y atraer clientes fue, el hacer promociones o descuentos atractivos para el consumidor. Realizaron mejoras en sus servicios, dado que había limitaciones de acceso para personas vulnerables, permitían los cambios y/o devoluciones sin restricciones.

Para continuar con sus puertas abiertas las PyMEs están obligadas a seguir los protocolos de medidas de seguridad para la salud, para evitar la propagación de esta enfermedad y puedan continuar generando ingresos.

Estrategias tomadas por las PyMEs tras el aislamiento

Las PyMEs ante la situación que se vive actualmente deben obtener la capacidad y velocidad de adaptación para crear oportunidades que puedan ser aprovechadas para continuar en el mercado.

Con la información recopilada durante la investigación documental y de campo, se presentan las estrategias practicadas por algunas pequeñas y medianas empresas de ropa para continuar con sus ventas tras el aislamiento:

- El manejo de una tienda virtual: Las ventas en línea se han convertido en una herramienta muy útil para estos tiempos de pandemia, ya que este método no expone la salud de los

consumidores al tener que escoger sus productos ni de los empleados. Una página en línea es ideal para que el cliente encuentre lo que necesite mediante fotos o videos sin necesidad de una visita presencial.

- Mantener contacto con los clientes mediante llamadas y mensajes en la red WhatsApp.
- Uso de las redes sociales para ofrecer su mercancía.
- El manejo de servicios a domicilio para evitar que el consumidor se arriesgue al contagio.
- Respetar los lineamientos impuestos por las autoridades para poder proteger nuestra propia salud y la de la población.
- Elaborar estrategias de promociones y descuentos para atraer a los clientes y generar liquidez.
- Recibir apoyo de programas financieros: Medidas de apoyo por parte de los bancos para dar liquidez y enfrentarse con los efectos económicos que ha dejado la pandemia del COVID-19.

Con la contingencia sanitaria en México, aumentó la demanda de contenidos digitales, Vázquez (2020) señala que “el tráfico de Internet se incrementó de un 35 a 40% más de lo habitual”.

La nueva normalidad ha traído consigo nuevas modalidades que las personas deben seguir para controlar el contagio de este virus y entre esas modalidades el uso de internet se convirtió en algo indispensable, es por esto que las PyMEs no deben quedarse atrás pues deben implementar sus negocios en línea y realizar estudios de mercado para conocer a los consumidores en una sociedad tan cambiante.

CONCLUSIONES

La vertiginosa dispersión del virus COVID-19 en el mundo ha sido el tema central del año 2020, a esto, se suma la caída económica que deviene como consecuencia a nivel global. En México, el gobierno está tomando estrategias para ayudar a la población declarando emergencia sanitaria en todo el país, concentrando sus esfuerzos en el sector salud. Es difícil decretar las cifras en pérdidas económicas actualmente, considerando que el primer trimestre del año 2020 ya iniciaba con un decremento en el Producto Interno Bruto y la caída en precio del petróleo. Todo esto, tiene fuertes repercusiones en el sector empresarial, los cuáles son el motor económico de un país.

En el estado de Tabasco, las PyMEs, con actividades no esenciales tuvieron que acatarse a las medidas sanitarias cerrando sus negocios de acuerdo al Diario Oficial de la Federación, y teniendo que absorber sus costos fijos, principalmente, rentas y salarios; esto, los obliga a tomar otras estrategias de ventas para poder subsistir. Y aunque el gobierno tenía un plan de

reactivación económica, según Informe Trimestral de abril 2020, este no mostraba apoyo relevante para las PyMEs, así que, es necesario implementar estrategias que ayuden a proteger al sector productivo.

Las PyMEs de Tabasco han tenido que enfrentarse a un desequilibrio económico por el paro temporáneo, indicado por la Organización Mundial de la Salud, para detener la propagación del coronavirus y esta decisión ha generado una gran ola de desempleo en el país, así como ha llevado a las empresas a la quiebra por falta de ingresos, a raíz de ello, se estima que pueda caer la economía nacional con el 8.8%, como se mencionó anteriormente.

Las PyMEs dedicadas a la comercialización de ropa en la colonia Centro de Villahermosa, Tabasco, han tenido que implementar estrategias de ventas para continuar en el mercado, compitiendo con atención virtual de algunas empresas, ya establecidas en línea, que no son de la entidad. Algunas personas, todavía prefieren comprar su ropa de manera presencial (conocer el motivo del consumidor, sería otro objeto de estudio), como se observó en algunas fechas del año 2020, tales como: día de las madres, buen fin, donde los medios de comunicación mostraron aglomeraciones en la colonia Centro de la ciudad de Villahermosa.

Una de las ventajas de las PyMEs, es la rápida respuesta a los cambios, así como la flexibilidad de estructuras que favorecen adaptaciones inmediatas a los mercados, en la muestra de estudio, se observa solo en algunos casos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Brum, B. (26 de marzo de 2020). *El estornudo del COVID-19 en las PYMES mexicanas.* Forbes. https://www.forbes.com.mx/el-estornudo-del-covid-19-en-las-pymes-mexicanas/

Carranco, R. (2017). La aportación de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la economía ecuatoriana. *Universidad Veracruzana.* 146-157 https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/14CA201702.pdf

COPARMEX. (03 de abril de 2020). *Cerca del 50% de micro, pequeñas y medianas empresas ya se ven afectadas: Coparmex propone medidas #NoNosDetieneElVirus para mantener empleos.* https://coparmex.org.mx/cerca-del-50-de-micro-pequenas-y-medianas-empresas-ya-se-ven-afectadas-coparmex-propone-medidas-nonosdetieneelvirus-para-mantener-empleos/

Cruz, A. (02 de junio de 2020). *Desempleo por COVID-19: estimaciones de AMLO, Inegi y Banxico.* Político MX https://politico.mx/minuta-politica/minuta-politica-gobierno-federal/desempleo-por-covid-19-estimaciones-de-amlo-inegi-y-banxico/

Deloitte (2 de abril de 2020). *COVID-19 y la caída del precio del petróleo. https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Zn9nmFIYRZIJ:https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/dnoticias/articles/COVID19-y-la-caida-del-precio-del-petroleo.html+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=mx*

Eliecer, J., y Herrera, P. (2015*). Las ventas: Una profesión para gente superior (4ª ed.).* Ecoe.

Flores, R., Hernández, I., y Flores, I. (2010). *Pequeñas y medianas empresas, caracterización general de las pymes e importancia de la capacitación*. https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/estl/LI_AdmninEst/Ruth_Flores/caracterizacion_gral_pymes.pdf

Forbes staff (2 de junio de 2020). *Coronavirus deja sin empleo a 12 millones de mexicanos: Inegi.* Forbes https://www.forbes.com.mx/noticias-coronavirus-dejan-sin-empleo-a-12-millones-mexicanos-inegi/

Forbes staff (junio 07 de 2020). *Economía mundial se contraerá un 4.0% por COVID-19*. https://www.forbes.com.mx/economia-mundial-se-contraera-un-4-0-por-covid-19/

Gisella, P., y Noussan, R. (2012). Costos por órdenes de producción: Su aplicación a la industria panificadora. *Universidad Nacional de Cuyo.* 1-183 https://tesisfcp.bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5230/iavaronitrabajodeinvestigacion.pdf

Gobierno de México. (2020). *Información general*. https://coronavirus.gob.mx/informacion-accesible/

Guillen, C. (14 de diciembre de 2017). *Ventajas y desventajas de las pymes*. Ceac. https://www.ceac.es/blog/ventajas-y-desventajas-de-las-pymes

Impuestum. (07 de mayo de 2020). *Más de 80 por ciento de pymes dicen que disminuyeron sus ventas. https://impuestum.com/noticias/1789/M%C3%A1s+de+80+por+ciento+de+pymes+dicen+que+disminuyeron+sus+ventas*

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (02 de septiembre de 2019). INEGI presenta resultados de la encuesta nacional sobre productividad y competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas. *AMSDE*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/especiales/ENAPROCE2018.pdf

Keat, P. y Young, P. (2004). *Economía de empresa*. Pearson educación.

Lareki, F. (2009). *La dirección de ventas en la PYME*. ESIC.

López, R. (26 de mayo de 2020). Cerrarán comercios en Tabasco por aumento de Covid-19. *La jornada.:* https://www.jornada.com.mx/ultimas/estados/2020/05/26/cerraran-comercios-en-tabasco-por-aumento-de-covid-19-

144.html#:~:text=Con%20el%20objetivo%20de%20cesar,del%20comercio%20en%20sus%20localidades.

Martínez, R., y Vera, M. (2017) Estilos de liderazgo desde la percepción del gerente en las pequeñas y medianas empresas manufactureras. *Horizontes de la Contaduría en las Ciencias Sociales,* (7), 83-91 https://www.uv.mx/iic/files/2018/01/horizontes_07_art10.pdf

Navarro, L., García, N., y Vela, J. (1999). El panorama actual de las pymes: ventajas y desventajas competitivas. *Esic market*. 1-18 https://pdfs.semanticscholar.org/87e8/674d719e338a0765cf0a5e5fa28c0577d2e6.pdf

Ordaz, Y. (10 de marzo de 2020) *¿Por qué cayó el precio del petróleo y en qué afecta a México?* Milenio. https://www.milenio.com/negocios/por-que-cayo-el-precio-del-petroleo-y-en-que-afecta-a-mexico

Organización Mundial de la salud (2020). *Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19)* https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses

Pérez, I. (2 de abril de 2020). Coronavirus. *Impactos económicos de la pandemia.* Ciencia UNAM http://ciencia.unam.mx/leer/976/coronavirus-impactos-economicos-de-la-pandemia

Pérez, J. (2020, 24 de marzo). Cae el comercio local… y elevan los precios. *El heraldo de Tabasco*. El heraldo. https://www.elheraldodetabasco.com.mx/local/cae-comercio-local...-y-elevan-los-precios-5009465.html

Pérez, J., Hernández, F., Domínguez, J., y López, M. (17 de marzo de 2020). *"Pega" coronavirus golpazo económico*. El heraldo. https://www.elheraldodetabasco.com.mx/local/pega-coronavirus-golpazo-economico-4978899.html

Sánchez, J. (26 de febrero de 2015). PyMES Proteja su dinero. 25-27. https://revista.condusef.gob.mx/2015/02/pymes/

Vázquez, R. (21 de abril de 2020) *Cómo la pandemia cambió nuestros hábitos de navegación.* Forbes. https://www.forbes.com.mx/como-la-pandemia-cambio-nuestros-habitos-de-navegacion/

Wilsoft (12 de enero 2018). *Importancia, ventajas e inconvenientes de las PYMES.* http://www.wilsoft-la.com/importancia-ventajas-e-inconvenientes-de-las-pymes/

La Motivación y su Correlación con el Reconocimiento Laboral Enfocada en una Empresa del Sector Hotelero de la Ciudad de Durango, México.

Work Motivation and its Correlation with Performance Recognition, Focused on a Company of the Hotel Sector in Durango City, Mexico.

Herrera Reyes, Diana Zoraya*, Figueroa González, Ernesto Geovani**,
Villarreal Solís, Francisco Martín***

*Doctora en Gestión de las Organizaciones. Facultad de Economía, Contaduría y Administración de la Universidad Juárez del Estado de Durango. Fanny Anitua s/n, Los Ángeles, 34000, Durango, Durango. Email: diana.zoraya.herrera@gmail.com, ORCID: https://orcid.org/0000-0003-2761-8954.

**Doctor en Ciencias de la Educación. Facultad de Economía, Contaduría y Administración de la Universidad Juárez del Estado de Durango. Durango, Durango. Email: geovani.figueroa@ujad.mx, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-7900-9141.

***Doctor en Administración. Facultad de Economía, Contaduría y Administración de la Universidad Juárez del Estado de Durango. Durango, Durango. Email: fmvillasol@yahoo.com.mx, ORCID: https://orcid.org/0000-0001-9251-5084.

Correo para recibir correspondencia: diana.zoraya.herrera@gmail.com

Fecha de recibido: 3 de marzo de 2022 **Fecha de aceptación:** 30 de julio de 2022

RESUMEN

OBJETIVO: Analizar una empresa de giro hotelero en la ciudad de Durango, México por medio de un diagnóstico organizacional. En el Área de Recursos Humanos, se detectó una mayor necesidad de intervención teniendo al reconocimiento y motivación laboral como el problema principal diagnosticado, se analiza el reconocimiento y la motivación laboral en busca de una posible relación entre ambas variables.

MATERIAL Y MÉTODO: Utilizando el cuestionario de Gutiérrez (2015) basado en el modelo de motivación propuesto por Herzberg de 34 reactivos, se aplicaron a una muestra de 86 empleados y posteriormente se analizaron los datos por medio de la técnica estadística de regresión lineal simple, se verificó su validez y el ajuste del modelo; se plantea una ecuación de regresión y se efectuó el análisis de los supuestos.

RESULTADOS: Este trabajo proporciona evidencia empírica sobre la relación del análisis de dos variables, la motivación y reconocimiento laboral en una organización mediana.

CONCLUSIONES: Se observó una correlación positiva, entre las variables en estudio, motivación y reconocimiento laboral, lo que comprueba la hipótesis planteada.

PALABRAS CLAVE: Recursos Humanos. Regresión lineal. Sector hotelero. Motivación laboral. Reconocimiento laboral.

ABSTRACT

OBJETIVE: To analyze a hotel business in Durango City, Mexico, through an organizational diagnostic. In the Human Resources Area. A greater need for intervention was detected, in performance recognition and work motivation as the main problem diagnosed. Performance recognition and work motivation are analyzed in search of a possible relationship between both variables

MATERIAL Y METHOD: It was used the questionnaire of Gutiérrez (2015), based on the motivation model of 34 items proposed by Herzberg. This was applied to a sample of 86 employees and the data were subsequently analyzed with the simple linear regression statistical technique. Its validity was verified, and model fit; a regression equation was proposed, and the analysis of the assumptions was carried out.

RESULTS: This work provides empirical evidence on the relationship of the analysis of two variables, work motivation and performance recognition in a medium-sized organization.

CONCLUSIONS: A positive correlation was observed between the variables under study, work motivation, and performance recognition, which confirms the proposed hypothesis.

KEY WORDS: Human Resources. Linear regression. Hotel sector. Work Motivation, Performance Recognition.

INTRODUCCIÓN

La administración del departamento de Recursos Humanos vital para la organización, se encarga de dirigir a sus trabajadores, desde el momento de su contratación hasta el término final de su desempeño laboral, es necesario que las empresas presten atención a los problemas que surgen de esta área y sean atendidos de manera adecuada, los trabajadores son el impulsor de la organización sin ellos la existencia de la empresa podría ser difícil, y de estos depende en su mayoría a la productividad de la organización, donde la motivación es clave para que sus empleados se sientan satisfechos. En estos momentos de pandemia, se presentó estrés, pérdida de confianza, depresión. Estos problemas trajeron como consecuencia disminución en su desempeño laboral, por esto el reconocimiento tiene que influir en la motivación laboral de acuerdo a Markova y Ford (2011) cuando el empleado refleja una menor motivación por diferentes circunstancias tales como una crisis económica, despidos inesperados, la situación que se está viviendo con la contingencia provocada por la pandemia del COVID-19, los incentivos no monetarios tienen gran efecto positivo, estos incentivos pueden ser el reconocimiento de su trabajo. Un reconocimiento como lo plantea Amozorrutia (2011), es demostrar un interés verdadero por los empleados, por su desempeño laboral, y el impacto que se genera en la organización, ciertamente un reconocimiento personal es vital para continuar con esa relación estrecha y hacerle ver lo importante que es para la organización.

La motivación dentro de una organización es de gran relevancia, siendo un motor que conduce a los empleados a que fracase, o bien, triunfe una organización.

En relación con esto, Peña (2015) comenta que:

> La motivación juega un papel crucial en la gestión de personas. Para que un individuo realice una tarea deben concurrir tres requisitos: que el individuo pueda hacerlo (medios), que tenga conocimientos para hacerlo (habilidades y aptitudes) y que quiera hacerlo (motivación). Para un buen desempeño laboral influyen las variables de motivación como reconocimiento laboral (p. 9).

Como objetivo de esta investigación, se plantea analizar el reconocimiento y la motivación laboral en busca de una posible relación entre ambas variables, en el Hotel Gobernador, de la ciudad de Durango, partiendo de la hipótesis, la motivación tiene una correlación alta y positiva con el reconocimiento laboral, en el Hotel Gobernador de la ciudad de Durango. Para alcanzar tal objetivo, se partió de los siguientes cuestionamientos, ¿se puede encontrar una correlación significativa entre la variable de motivación y el reconocimiento laboral?, ¿el análisis de la motivación y reconocimiento laboral cumple con el supuesto del modelo de regresión lineal?

El reconocimiento y motivación laboral, son elementos claves en el capital humano, es el activo más valioso para el bienestar como un desarrollo asertivo en una organización. De su personal, depende de gran manera su éxito. De esta manera, tener motivado y darles el reconocimiento necesario a los empleados, es una necesidad preponderante que garantiza un mayor rendimiento y mejor productividad como eficiencia para la empresa. Para esto, mantener en buenas condiciones a este recurso humano mejora la retención del talento humano, se crea un mejor vínculo de comunicación, conlleva a un mejor desempeño laboral, como actitud positiva. De acuerdo con Hernández y Prieto (2002, p. 128) hacen referencia que la motivación es “Una fuerza que impulsa al individuo a actuar y a perseguir metas específicas; de modo que es un proceso que puede provocar o modificar un determinado comportamiento”.

Por lo tanto, se pretende correlacionar a estas dos variables de motivación y reconocimiento en la empresa de estudio, así como realizar un análisis que conteste con los objetivos planteados.

Reconocimiento laboral

Sin duda el reconocimiento laboral por el trabajo bien hecho ha sido un factor muy relevante para favorecer a la motivación y el bienestar en el ambiente de trabajo, y por consecuencia, la productividad y un buen clima en la organización. Algunas definiciones propuestas por diversos autores acerca del constructo reconocimiento laboral, desarrollando la relevancia, los elementos,

clases y dimensiones que la integran para de esta manera generar una definición conceptual completa. Ningún recurso es más importante para el éxito de una organización que sus recursos humanos Denisi y Griffin (2008).

Conceptos referentes al reconocimiento laboral:

En el ambiente laboral, el reconocimiento es verse notar en la organización, se le tome en consideración, hacerles saber a los empleados que son parte de la empresa y su presencia es valiosa como su desempeño es crucial para lograr los objetivos y buen funcionamiento en la organización, en una encuesta realizada por el grupo consultor Boston Consulting Group (BCG) sobre la felicidad en el trabajo, el factor más relevante para los trabajadores fue sentirse apreciado por el trabajo realizado como lo comenta Strack, von der Linden, Booker y Strohmayr (2014). La postura de Ares (2013) sobre el reconocimiento tiene diversas dimensiones, que son utilizadas dependiendo de la situación y estas pueden ser complementarios: Individual-colectivo, público-privado, hablado-escrito, espontáneo-programado, general-concreto, según de quien sea recibido, centrado en la persona o en el desempeño, y material-simbólico.

En este sentido, Laroche (2019) hace referencia de dos conceptos en el reconocimiento laboral, el primero que ofrece recompensa para que se realice una motivación con las expectativas de los trabajadores, el segundo concepto es ofrecer buenas condiciones de trabajo para lograr una motivación dando un valor al desempeño laboral. Ciertos autores reconocidos como Maslow (1943), Bourcier (1997), Brun y Dugas (2005), toman en cuenta como un factor importante el aspecto de la motivación en el reconocimiento laboral. Herzberg (2000), señala que el factor de la motivación en el reconocimiento laboral incrementa la satisfacción de la persona. Anier (2020), menciona que este factor de reconocimiento es clave para la motivación laboral, la persona que se siente valorada y tomada en cuenta tiende a tener una estima más elevada.

En este contexto, Bernoux (2012) menciona que el reconocimiento laboral tiene como importancia dos vertientes, el reconocimiento por parte de otros en este tipo de reconocimiento se ven las habilidades, capacidades, prácticas de la persona o bien de un grupo de personas en su trabajo y reconocerlas públicamente, por otra parte, el segundo tipo de reconocimiento es por mérito del propio individuo, donde el reconocimiento es por la calidad de su trabajo, tanto por él como por el grupo de trabajo, donde el individuo necesita de un reconocimiento propio como la percepción de los demás.

Continuando con esta postura del reconocimiento Brun y Dugas (2008), definen que el reconocimiento se relaciona en la manera en que se le juzga a una persona por su aportación,

no solo por su desempeño laboral sino tomando en cuenta su propia contribución como compromiso.

El reconocimiento laboral según Barragan, et al., (2009) es un instrumento estratégico de la gestión de la organización, este reconocimiento hace referencia como: reconocimiento informal, el cual es una manera sencilla que tiene un bajo costo de reconocer el buen desempeño del empleado, por ejemplo, por medio de alguna compensación no monetaria como un agradecimiento verbal, escrito, algún detalle o premio. El reconocimiento formal es, una estrategia muy importante para poder establecer una cultura de reconocimiento, permite la retención de empleados cuando se efectúa de manera eficaz comúnmente se emplea en reconocer la antigüedad laboral, los logros de metas establecidas por la organización. Un análisis de 51 experimentos elaborado por investigadores de la Escuela Económica de Londres, concluyó que "los incentivos financieros pueden ser contraproducentes cuando se trata de motivar a los empleados" (Robbins, 2019).

Motivación laboral

La motivación laboral se encuentra entre los factores con más importancia para el empleado estando ligada al reconocimiento que se le atribuye por su desempeño laboral creando beneficios de impacto positivo para la organización. En un estudio realizado con encuestas encontró evidencia en la relación del desempeño y el reconocimiento laboral, donde el 90% de los encuestados hacen mención que "El reconocimiento laboral permite poder mejor motivarlos" Nelson (2005, p. 1). Nelson determina que este reconocimiento debe ser sincero como genuino para que el trabajador realmente lo aprecie. El reconocimiento está situado como un elemento de gran impacto motivador, siendo clave para las prácticas de compensaciones Darling, Arm, y Gatlin (1997).

Gandy (2001), menciona que el reconocimiento laboral se hace presente en el momento en que se considera y valora a los trabajadores por su desempeño, y por lo que ellos son, en las actividades que efectúan en la organización.

Los autores citados, hacen relación del reconocimiento y desempeño laboral por medio de la motivación que recibe a través de ese reconocimiento.

Figura 1

Reconocimiento y motivación laboral

Nota. Elaboración propia 2021.

Los autores Gostick y Elton (2009) en su libro "El principio de la zanahoria" menciona como el reconocimiento usado por los gerentes trae menores tasas de rotación, obtener resultados más productivos del desempeño laboral, así como mayor concentración en obtener las metas establecidas por la organización, una mayor comunicación y confianza. En un estudio efectuado por The Gallup Organization[1], se realizaron encuestas a nivel mundial tomando en cuenta una población cerca de 4 millones de trabajadores de diversas empresas, con el objetivo conocer cómo el reconocimiento influye en las organizaciones. Los hallazgos encontrados en este estudio en donde el empleado es reconocido frecuentemente por su desempeño laboral, según Guillén (2018, pp. 31-32) son:

- Ven incrementada su productividad personal.
- Presentan mayores niveles de compromiso.
- Tienen mayores probabilidades de permanecer en la organización.
- Aumentan sus niveles de satisfacción de los clientes.
- Tienen menos accidentes de trabajo.

Ciertas empresas como el caso de Google y Microsoft, tienen programas donde el objetivo primordial es reconocer y cuidar a sus empleados otorgando diversos incentivos tanto monetarios como no monetarios. De acuerdo con Hastwell y Fortune, en el listado de Great Place to Work (2019), DHL ocupa el cuarto mejor lugar para trabajar, puesto que motiva a sus empleados desarrollando sus talentos.

[1] Es una empresa estadounidense que ofrece servicios de encuestas de opinión pública realizadas en todo el mundo.

Teoría de los dos factores de Herzberg enfocado desde la perspectiva de la motivación y reconocimiento laboral

La teoría de los dos factores, también conocida como la Teoría de la Motivación de Higiene de Frederick Irving Herzberg, menciona que dos factores explican la motivación de los trabajadores, que los lleva al resultado de una satisfacción cuando estos tienden a ser óptimos, o bien, una insatisfacción cuando los factores faltan o no son los correctos que hacen que la motivación disminuya. Las necesidades de los factores de motivación, cuando las necesidades están realmente atendidas, se crea una satisfacción, en cambio cuando no están atendidas, se crea una insatisfacción.

Tabla 1
Los dos factores de Herzberg

Factores Motivacionales (de satisfacción)	Factores Higiénicos (de insatisfacción)
Trabajo estimulante: Posibilidad de manifestar la propia personalidad y de desarrollarse plenamente.	**Factores económicos:** Salarios, prestaciones.
Sentimiento de autorrealización: La certeza de contribuir en la realización de algo de valor.	**Condiciones laborales:** Iluminación y temperatura adecuados entornos físico seguro.
Reconocimiento de una labor bien hecha: La confirmación de que se ha realizado un trabajo importante.	**Seguridad:** Privilegios de antigüedad, procedimientos sobre quejas, reglas de trabajo justas, políticas y procedimientos de la compañía.
Logro o cumplimiento: La oportunidad de llevar a cabo cosas interesantes.	**Factores Sociales:** Oportunidades para interactuar con los demás trabajadores y para convivir con los compañeros de trabajo.
Responsabilidad mayor: La consecución de nuevas tareas y labores que amplíen el puesto y brinden al individuo mayor control en sí mismo.	**Categoría:** Títulos de los puestos, oficinas propias y con ventanas, acceso al baño de los directivos.

Nota. Basada en Herzberg, Mausner, y Snyderman (1959).

Esta teoría, tiene similitud a lo que propone Maslow en su pirámide de necesidades, en donde los factores de higiene corresponderían a los cuatro eslabones de la parte inferior a la superior, las cuales son: fisiología, seguridad, sociales y reconocimiento, y la autorrealización como el reconocimiento a los factores motivacionales de Herzberg, como lo menciona Hersey y Blanchard (1982). Se ha demostrado que los incentivos intrínsecos causan una mayor motivación a los empleados. En la parte empírica, ciertas empresas como el caso de IBM, Polaroid, GM, Google, han implementado con gran éxito la motivación laboral. Esta última empresa Google, ha aplicado fuertemente la motivación organizacional a continuación se muestra esta motivación desde el enfoque de la teoría de los dos factores de Herzberg, estos motivadores satisfacen a la persona

y aquellos que crean solamente una satisfacción laboral son los que respectan al logro, el reconocimiento, la responsabilidad, la autorrealización como un trabajo que sea estimulante tal como lo refiere Herzberg, Mausner y Bloch Snyderman (1959). A continuación, se hace referencia como *Google* usa estos factores motivacionales.

Factores motivacionales

Trabajo estimulante: Un factor de gran aprecio para esta empresa es el trato que reciben sus empleados donde se le hace ver lo importante que son y puedan desarrollar sus talentos de una manera autónoma.

Sentimiento de autorrealización: Con su gran tecnología, permite facilitar el desarrollo a sus empleados.

Reconocimiento de una labor bien hecha: Incentivos económicos que tienen a la disposición de los empleados (comidas gratuitas, servicios médicos, salarios íntegros a causa de maternidad, apoyos financieros de adopción, ayudas económicas cuando el empleado esté envuelto en asuntos legales, entre otros). Un método utilizado por la empresa para motivar a sus empleados por medio de la remuneración es el OCR (Objetivos y Resultados Clave), este método presenta ventajas tales como un clima de confianza, incita a los empleados a la superación, alienta el trabajo en equipo para lograr los objetivos establecidos.

Considerando que la teoría de los dos factores de Frederick Herzberg contiene las variables que aplican al caso de estudio, en la dimensión de los factores motivacionales, se tiene el reconocimiento por una labor bien hecha, viendo como elemento importante los incentivos (por ejemplo, que su superior reconozca un buen desempeño), estos vienen en el interior de la persona y se van alimentando con el desempeño laboral que forman parte de una motivación intrínseca y como resultado una satisfacción del individuo. Esta experiencia motivacional dentro de una organización es de gran relevancia siendo un motor que conduce a los empleados a que fracase o bien triunfe una organización. En lo que se refiere, Peña Estrada (2015, p. 9) comenta que “la motivación juega un papel crucial en la gestión de personas. Para que un individuo realice una tarea deben concurrir tres requisitos: que el individuo pueda hacerlo (medios), que tenga conocimientos para hacerlo (habilidades y aptitudes) y que quiera hacerlo (motivación)”.

Para Herzberg, la motivación en su teoría de los dos factores (Tabla 2), permitirá un mejor modelo para la organización sujeta de estudio, que permite motivar al empleado por medio de su reconocimiento, capacitación y realización en su puesto de trabajo.

Tabla 2

Modelo de motivación según Herzberg

Factores Motivacionales	Factores Higiénicos
Elementos del puesto (Cómo considera su puesto el empleado)	Entorno del puesto (Cómo se siente el empleado en la organización)
1- Su trabajo.	1- Ambiente de trabajo.
2- Realización.	2- Gestión de la organización.
3- Reconocimiento.	3- Remuneración salarial.
4- Capacitación.	4- Relación con los superiores.
5- Responsabilidad.	5- Beneficios sociales.

Nota. Basada en (Hellriegel, Slocum, & Jackson, 2015, p. 472).

Relevancia del reconocimiento laboral

Reconocer el desempeño laboral es un elemento importante para un clima organizacional positivo. Este reconocimiento se realiza por parte del gerente o jefe inmediato, quien es el encargado del éxito de la organización mediante el desempeño de sus trabajadores, este factor de reconocimiento se relaciona con la motivación de los trabajadores donde se aprecia su aportación que permite alcanzar metas como objetivos establecidos por la empresa y que conllevan al buen desempeño organizacional. Algunos autores, han identificado este impacto positivo en el reconocimiento del trabajador, teniendo como consecuencia una buena satisfacción por parte del trabajador y un buen desempeño laboral en la organización. Este buen desempeño tanto individual como en grupo, es clave para una organización que impacta de una manera positiva la productividad, como señala Wallace Nyakundi, Karanja, y Charles (2012), Nelson (2005).

De acuerdo a Hastwell (2020) la encuesta de Great place to work, incluyó una pregunta "¿Cuál es el más importante factor que el gerente o bien responsable actualmente realiza que te cause mayor satisfacción laboral?" el 37% de los encuestados teniendo esta pregunta el porcentaje más alto respondió que el ser reconocido es lo más efectivo para ser motivado y realizar mejor desempeño. Un análisis de Harvard Business Review de una encuesta la información de 550 encuestados se menciona que el reconocimiento, es considerado el factor clave en el compromiso laboral del empleado HBR (2013). Un estudio dirigido a 413 empresas por el WorldatWork[2] y la Asociación Nacional para el Reconocimiento del empleado (NAER) efectuado en el 2003 muestra que el reconocimiento es relevante para las organizaciones, el 87% de los encuestados afirman

[2] Es una asociación internacional para los profesionistas en la gestión de recursos humanos y propietarios de empresas para atraer, motivar y retener a los empleados.

que el reconocimiento les permite incrementar la productividad laboral y es usado en sus estrategias organizacionales, con el objetivo principal de crear un clima laboral positivo y una cultura de reconocimiento WorldatWork (2021). La Asamblea de Conferencias de Canadá (The Conference Board of Canadá, 2006) precisa que el 97% de las organizaciones canadienses han implementado programas de reconocimiento laboral en sus estrategias organizacionales.

La OCC Mundial desde el 2012, reconoce a las empresas mexicanas que obtuvieron premio con buenas prácticas en el ámbito de Recursos Humanos, en el que incluyen el reconocimiento en el ámbito laboral.

Tabla 3
Prácticas de reconocimiento en empresas mexicanas

Empresa	Sector	Manejo del reconocimiento
Grand Palladium Hotels & Resorts	Servicios	Sus prácticas de reconocimiento, con su programa Customer Service Excellence.
Grupo Cristal	Comercial	Programa de reconocimientos el cual busca fomentar el desarrollo de sus trabajadores a través de un plan carrera.
VolksWagen group Academy México	Servicios	Ayudan a que las personas puedan detectar habilidades.

Nota. Basada en (OCC, 2021).

MATERIAL Y MÉTODO

Esta investigación se basa en una correlación de dos variables la motivación laboral como el reconocimiento laboral con un enfoque cuantitativo de corte transversal con un diseño no experimental.

El método cuantitativo es una estrategia de investigación, que se enfoca en mediciones y cantidades en la recopilación y análisis de datos. Al utilizar este método, es extremadamente importante que los investigadores mantengan una visión objetiva mientras buscan explicaciones y predicciones en el proceso de investigación. Este tipo de método cuantitativo se refiere a encuestas telefónicas, cuestionarios, experimentos, estudios de correlación y análisis de contenido cuantitativo, entre otros (Baena, 2017). Esta investigación es no experimental, porque se limita a recolectar datos, sin manipular variables, y transversal dado que se considera el estudio de las variables en un momento dado de manera simultánea, teniendo un alcance correlacional buscando explorar una posible relación y comportamiento entre ambas variables a estudiar.

La selección de la técnica, el instrumento que se empleó es un cuestionario diseñado y validado por Gutiérrez (2015), este cuestionario tiene escala Likert de 34 reactivos, sin embargo, para este estudio solo se emplearon 19 preguntas que se relacionan a nuestras variables de estudio, este cuestionario cuenta con 5 opciones de respuesta que va de 1 (Totalmente en desacuerdo), 2 (En desacuerdo), 3 (Ni de acuerdo ni en desacuerdo), 4 (De acuerdo), 5 (Totalmente de acuerdo), que nos permite medir opiniones, percepciones como patrones de conducta. El estudio se basó en un censo, tomando el 100% del universo que corresponden a los 86 empleados del cual 53 corresponden a mujeres y 33 a hombres un 34% corresponden a empleados que tienen entre 0-1 año trabajando para la organización mientras un 19% de 10 a 20 años. Con respecto a la recolección de la información, el cuestionario se les proporcionó a los empleados de manera anónima llevando un registro con la firma de quien contesto la encuesta, este cuestionario se realizó por medio de la herramienta electrónica *Google Forms*, este instrumento permite recopilar los datos de una manera sencilla como eficiente.

Variables de estudio

De acuerdo con Espinoza (2018, p. 44) las variables se pueden clasificar en independiente: se consideran a las que el investigador manipula con la intención de “explicar, describir o transformar el objeto de estudio a lo largo de la investigación. Son las que generan y explican los cambios en la variable dependiente”.

Dependiente: Son aquellas que generan un cambio por la acción de la variable independiente, consideradas como la consecuencia del resultado de la investigación.

En la Tabla 4, corresponde a la operacionalización de las variables, donde se proporciona la definición conceptual, su operacionalidad y las dimensiones que abarca cada una de las variables de estudio, el cual consiste en un proceso que tiene como fin definir variables en elementos cuantificables. Esta investigación está integrada por una variable dependiente, que se retribuye a la motivación laboral y una variable independiente que es el reconocimiento laboral.

Tabla 4

Conceptualización de las variables

	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacionalidad	Dimensiones	Indicador	Ítems	Tipo de variable
FACTORES MOTIVACIONALES	Reconocimiento Laboral	Anier (2020) menciona que este factor de reconocimiento es clave para la motivación laboral, la persona que se siente valorada y tomada en cuenta tiende a tener una estima más elevada.	Operacionalmente se utilizó un cuestionario dirigido a los empleados que abarca las dimensiones de la motivación y reconocimiento laboral donde se integran en la encuesta las dimensiones del reconocimiento, autorrealización, responsabilidad, trabajo estimulante y logros propuestas por Frederick Herzberg en su teoría de los dos factores (Herzberg, Mausner, y Snyderman, The Motivation to Work, 1959).	Factores Intrínsecos	Buen desempeño.	4	Ordinal
					Criticas para mejorar.	6	Ordinal
					Comunicación constructiva.	23	Ordinal
		Laroche (2019) hace referencia que, en el reconocimiento laboral, ofrece recompensa para que se dé una motivación con las expectativas de los trabajadores.		Factores Extrínsecos	Incentivos a ideas.	24	Ordinal
					Premios, Incentivos.	31	Ordinal
	Motivación laboral	Los motivadores satisfacen a la persona y aquellos que crean solamente una satisfacción laboral son los que respectan al logro, el reconocimiento, la responsabilidad, la autorrealización como un trabajo estimulante tal como lo refiere (Herzberg, Mausner, & Bloch Snyderman, 1959).		Autorrealización	Oportunidades de hacer carrera, capacitación.	2,13,14	Ordinal
				Responsabilidad	Tareas, resultados, puntualidad, conocer la organización.	10,11,12,17	Ordinal
				Trabajo estimulante	Variado, desafiante libertad, competente.	3,8,9, 21, 22	Ordinal
				Logro	Calidad trabajo.	5	Ordinal

Nota. Elaboración propia, 2021.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Este trabajo de investigación es parte de un proyecto más amplio que analiza en la misma organización diversas variables. Pero para los fines de este estudio, se consideran dos variables la motivación y el reconocimiento laboral. Después de haber aplicado el cuestionario al universo total, se procedió con la captura de la información obtenida en el paquete estadístico SPSS versión 22, se calculó la confiabilidad por medio del coeficiente de Alpha de Cronbach que mide el total de los 19 reactivos del cuestionario segmentados por las dos variables independientes. Como se observa en la Tabla 5, los resultados obtenidos que oscilan entre .8 y .9, cuando se acerca al valor 1, el coeficiente del Alpha de Cronbach presenta una mayor confiabilidad, como lo expresa (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Tabla 5

Coeficiente de Alpha de Cronbach por variables

Variable/Dimensión	Alpha de Cronbach	No. de elementos
Reconocimiento Laboral	.828	5
	Factores intrínsecos	
	Factores extrínsecos	
Motivación Laboral	.859	14

Nota. Elaboración propia con información procesada en el paquete estadístico SPSS v 22.

En la Tabla 6, se visualiza el resumen del modelo, donde se puede verificar el ajuste y dos supuestos; linealidad e independencia. Como R= 0.740, hay linealidad, pues la correlación es grande. El ajuste también es bueno, pues R^2 =0.547, existe una linealidad, dado que la correlación es positiva y cerca del 1. De acuerdo al coeficiente de Durbin-Watson es de =1.906, cercano a 2, por lo que se manifiesta que las observaciones muestrales son independientes, cumpliendo con el supuesto de independencia y es bueno para un estudio de ciencias sociales.

Tabla 6

Resumen del modelo[B]

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
1	.740[a]	.547	.542	.40163	1.906

a. Predictoras: (Constante), Reconocimiento Laboral.
b. Variable dependiente: Motivación Laboral.
Nota. Elaboración propia con información procesada en el paquete estadístico SPSS v22.

En la Tabla 7, se presenta el ANOVA donde se verificó que el modelo sea válido, como el valor p es casi cero, el modelo es válido.

Tabla 7

Anova[B]

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	16.568	1	16.568	102.711	.000[b]
	Residuo	13.711	85	.161		
	Total	30.278	86			

a. Variable dependiente: Motivación Laboral.
b. Predictoras: (Constante), Reconocimiento Laboral.

Nota. Elaboración propia con información procesada en el paquete estadístico SPSS v22.

Con la tabla 8, hace referencia el coeficiente con el que se obtiene la ecuación de regresión, verificamos los parámetros B_0= 2.002 y B_1= 0.511, prosiguiendo a construir la ecuación siguiente:

$$\text{Ecuación de Regresión: } Y = 2.002 + 0.511\,X$$

Tabla 8

Coeficientes[A]

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t
		B	Error estándar	Beta	
1	(Constante)	2.002	.188		10.630
	Reconocimiento Laboral	.511	.050	.740	10.135

a.Variable dependiente: Motivación Laboral.

Nota. Elaboración propia con información procesada en el paquete estadístico SPSS v22.

Tabla 9

Estadísticos sobre los residuos[A]

	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	N
Valor pronosticado	2.5133	4.5585	3.8603	.43892	87
Residuo	-1.30697	.72113	.00000	.39928	87
Valor pronosticado estándar	-3.069	1.591	.000	1.000	87
Residuo estándar	-3.254	1.796	.000	.994	87

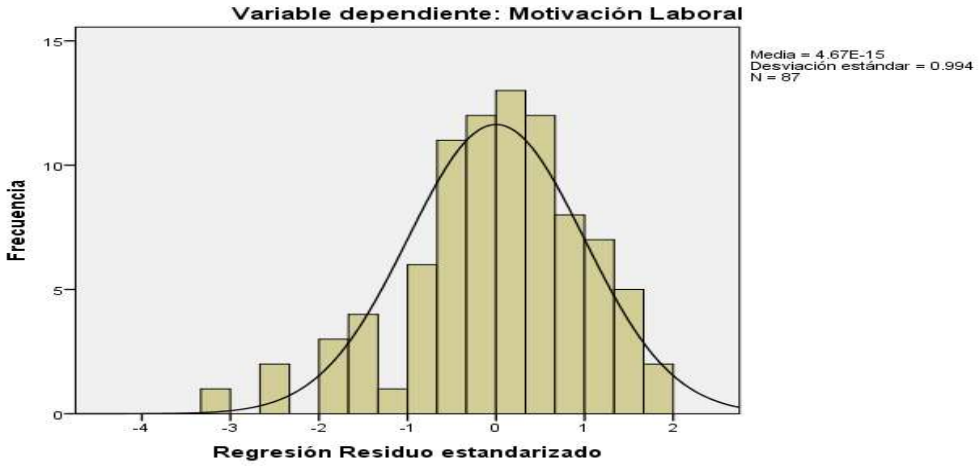
a.Variable dependiente: Motivación Laboral.

Nota. Elaboración propia con información procesada en el paquete estadístico SPSS v22.

En la Figura 2, en el histograma se percibe que las barras tienen un comportamiento similar a la curva normal, por lo que el supuesto de normalidad se cumple.

Figura 2

Histograma

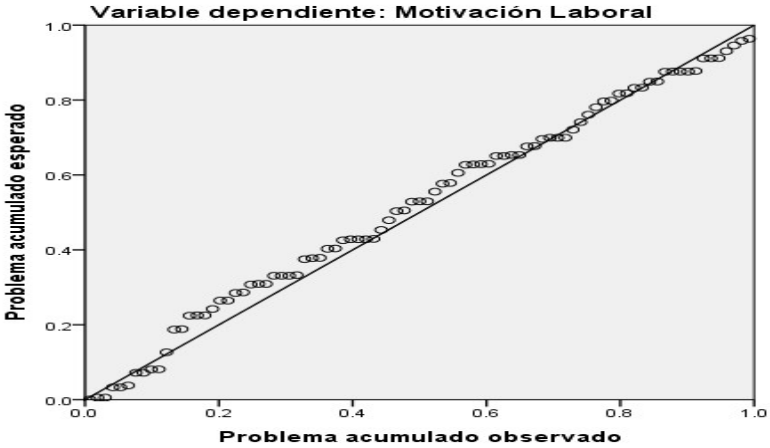


Nota. Elaboración propia con información procesada en el paquete estadístico SPSS v22.

Para verificar este supuesto, se observa la Figura P-P, donde los datos se concentran alrededor de la recta, por lo que se cumple de nuevo el supuesto de normalidad.

Figura 3

P-P normal de regresión residuo estandarizado

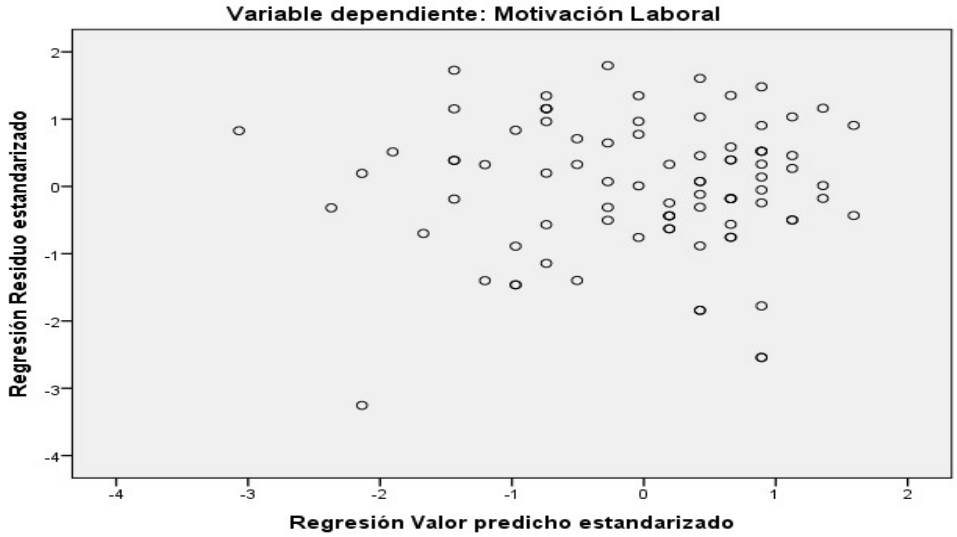


Nota. Elaboración propia con información procesada en el paquete estadístico SPSS v22.

Por último, se procede a verificar el supuesto de homocedasticidad con el gráfico de diagrama de dispersión. Se observa una buena distribución de los datos, no se refleja un cúmulo donde los datos estén concentrados, por lo que el supuesto de homocedasticidad es aceptado.

Figura 4

Dispersión



Nota. Elaboración propia con información procesada en el paquete estadístico SPSS v22.

CONCLUSIONES

Este trabajo proporciona evidencia empírica sobre la relación del análisis de dos variables la motivación y reconocimiento laboral en una organización mediana del sector hotelero de la ciudad de Durango, México, se llegó a la conclusión que estas dos variables proporcionan una relación positiva fuerte por estar cercano a 2. De acuerdo con lo anterior, se determina que la hipótesis propuesta: la motivación tiene una correlación alta y positiva con el reconocimiento laboral, en el Hotel Gobernador de la ciudad de Durango, tiene evidencia para ser aceptada.

De la misma forma, el objetivo planteado de: analizar el reconocimiento y motivación en busca de una posible relación entre ambas variables, en el Hotel Gobernador, de la ciudad de Durango, Durango, se considera como alcanzado.

Ciertos autores como Maslow (1943), Bourcier (1997), Brun y Douglas (2005), hacen mención de la gran importancia que tiene este factor del reconocimiento laboral, el cual es clave importante para la motivación del empleado que influye para incrementar su satisfacción.

El recurso más valioso, pero a la vez el más complicado en las organizaciones, es el humano; y los hallazgos de esta investigación, soportan la idea de que el reconocimiento al trabajo del personal es un valioso elemento para incrementar su motivación, lo cual tiene dos beneficios, en primer término, mejorar el ambiente laboral con todos los beneficios que esto trae, desde la disminución de la rotación hasta el aumento del compromiso, y en consecuencia, en segundo término pero no menos importante, el incremento de la productividad y la calidad en el servicio al cliente, factores muy importantes en una empresa del sector de servicios, particularmente el turismo.

Es recomendable para las organizaciones en general, y particularmente considerando la situación derivada de la contingencia sanitaria que desde algún tiempo se presenta en todo el mundo, promover acciones que favorezcan el reconocimiento laboral, entre los cuales se pueden mencionar, la aplicación de incentivos no monetarios, como por ejemplo, reconocer un buen desempeño laboral darle las herramientas necesarias para cumplirlo, otorgarle capacitaciones para que tenga el conocimiento de cómo alcanzarlo y lo más importante, que quiera hacerlo por medio de una motivación constante que le conlleve una satisfacción. Finalmente, estas propuestas tienen la potencialidad de mejorar la forma de trabajar en las organizaciones, así como la percepción y el compromiso del personal, lo que seguramente resultará en un mejor desempeño y el cumplimiento de los objetivos de la organización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Amozorrutia, J. (10 de mayo de 2011). *El significado e impacto del reconocimiento en las organizaciones.*https://www.centralamericadata.com/es/article/home/El_significado_e_impacto_del_reconocimiento

Anier, N. (2020). *Manager à distance: le pouvoir de la reconnaissance*. Tissot Editions: https://www.editions-tissot.fr/actualite/sante-securite/manager-a-distance-le-pouvoir-de-la-reconnaissance

Ares, A. (2013). Importancia del reconocimiento para fomentar un buen desempeño laboral. *Revista de Análisis Transaccional y Psicología Humanista, 31*(69), 192-202.

Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación* (3ª ed.). Grupo Editorial Patria.

Barragán, J., Castillo, J., Villalpando, P. y Guerra, P. (2009). Estrategias de retención de empleados eficientes: Importancia estratégica de la fidelización de los empleados en organizaciones internacionales. *Innovaciones de Negocios, 6*(1), 33-43.

Bernoux, P. (enero de 2012). Mesurer la reconnaissance au travail ? Lyon, Francia. https://metices.ulb.ac.be/IMG/pdf/BERNOUX.pdf

Bourcier, C. (1997). *La reconnaissance : un outil de motivation pour vos salariés.* les Éd. d'Organisation

Brun, J. P. & Dugas, N. (abril de 2008). An analysis of employee recognition: Perspectives on human resources practices. *The International Journal of Human Resource Management,, 19*(4), 716-730.

Conference Board of Canada. (2006). www.conferenceboard.ca

Darling, K., Arm, J. & Gatlin, R. (1997). How to effectively reward employees. *Industrial Management, 39*(4), 1-4.

Denisi, A. & Griffin, R. (2008). *Managing Human Resources* (Vol. 3). Boston: Houghton-Mifflin.

Espinoza Fraire, E. (2018). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. Parte I. *Conrado, 14*(65), 39-49.

Gandy, D. B. (2001). *30 días para conseguir empleados satisfechos.* Barcelona: Gestión 2000.

Gostick, A. & Elton, C. (2009). *Carrot Principle: How the Best Managers Use Recognition to Engage Their People, Retain Talent, and Accelerate Performance.* New York: Free Press.

Guillén, A. (noviembre de 2018). *Programa de Reconocimiento en ROSEN.* Repositorio Udesa: https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16764/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.%20M.%20Rec.%20Hum.%20Guill%C3%A9n%2C%20Agustina.pdf

Gutiérrez, A. L. (2015). Influencia de los factores motivacionales y de higiene según herzberg en el clima organizacional del supermercado metro del distrito de lambayeque 2015: https://core.ac.uk/download/pdf/71999611.pdf

Hastwell, C. (24 de noviembre de 2020). *Creating a Culture of Recognition*. Great Place to Work: https://www.greatplacetowork.com/resources/blog/creating-a-culture-of-recognition

HBR. (2013). *The impact of Employee Engagement on Performance.* Harvard Business Review: https://hbr.org/resources/pdfs/comm/achievers/hbr_achievers_report_sep13.pdf

Hellriegel, D., Slocum, J. & Jackson, S. (2015). *Administración. Un enfoque basado en compentencias* (11ª ed.). (J. R. Martínez, Ed.) D.F., México: Cengage Learning. https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/7006/BC-322%20CORDOVA%20PINTADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández, M. y Prieto, C. (2002). *Motivación animal y humana* (1ª ed.). Editorial El Manual Moderno

Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación.* México: McGraw Hill.

Hersey, P. y Blanchard, K. (1982). *The relationship between de Motivation-Hygiene Theory and Maslow's Hierarchy of Needs.* Englewood Cliffs, New Jersey, Estados Unidos: Prentice-Hall.

Herzberg, F. I. (2000). Professor And Management Consultant. *New York Times*, 26.

Herzberg, F., Mausner, B. y Bloch, B. (1959). *The motivation to work* (Vol. 24). New York: Wiley.

Laroche, G. (enero de 2019). *Centre de gestion de la fonction publique territoriale du Bas-Rhin.* Obtenido de CDG 67: https://www.cdg67.fr/fiche-pratique-les-effets-de-la-reconnaissance-au-travail/

Markova, G. & Ford, C. (2011). Is money the panacea? rewards for knowledge workers. *International Journal of Productivity and Performance Management, 60*(8), 813-823.

Maslow, A. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review, 50*(4), 370-396.

Nelson, B. (2005). *1001 Ways to Reward Employees.* Nueva York, Estados Unidos: Workman Publishing Company.

OCC. (2 de febrero de 2021). *Las 10 mejores empresas con las mejores prácticas en RRHH*. Obtenido de Online Carreer Center (OCC): https://www.occ.com.mx/blog/talento-de-las-nuevas-generaciones/

Peña-Estrada, C. (junio de 2015). *La motivación laboral como herramienta de gestión en las organizaciones empresariales.* https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/4152/TFG001138.pdf?sequence=1

Robbins, M. (12 de noviembre de 2019). *Por qué los empleados necesitan reconocimiento y aprecio*. Hardvard Business Review: https://hbr.org/2019/11/why-employees-need-both-recognition-and-appreciation?language=es

Strack, R., von der Linden, C., Booker, M. & Strohmayr, A. (6 de octubre de 2014). *Decoding Global Talent*. BCG: https://www.bcg.com/publications/2014/people-organization-human-resources-decoding-global-talent

Wallace, A., Karanja, K. y Charles, M. (diciembre de 2012). *International Journal of Arts and Commerce, 1*(7), 95-107.

WorldatWork. (2 de febrero de 2021). *2003 Recognition Survey*. WorldatWork Total Rewards Association. https://www.worldatwork.org/docs/linked/research/html/recognition2003.html

Del Laboratorio al Mercado de Innovación. La Biotecnología con Visión Empresarial en México.

From the Laboratory to the Innovation Market. Biotechnology with Entrepreneurial Vision in Mexico.

García Valerio, Andrea*, Martínez González, José Vili**,
Martínez García, Vili Aldebarán***

*Maestra en Seguridad e Higiene Ocupacional. Ajedrez Consultores. Santa Clara Coatitla, Estado de México. Email: ajedrezconsultores@hotmail.com, ORCID: https://orcid.org/0000-0003-0996-8563.

**Doctor en Administración. Ajedrez Consultores. Santa Clara Coatitla, Estado de México. Email: ajedrezconsultores@hotmail.com, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-0978-5778.

***Licenciado en Administración de Empresas. Ajedrez Consultores. Santa Clara Coatitla, Estado de México. Email: ajedrezconsultores@hotmail.com, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3901-0121.

Correo para recibir correspondencia: ajedrezconsultores@hotmail.com

Fecha de recibido: 27 de mayo de 2022 **Fecha de aceptación:** 3 de agosto de 2022

RESUMEN

La biotecnología es una economía basada en el conocimiento, la cual enfrenta y resuelve problemas que crean ventajas competitivas, empleos e impulsan industrias de frontera. Sin embargo, para lograr la transición del conocimiento del laboratorio a la industria se requiere de habilidades administrativas, las cuales resultan ajenas para una gran parte de los investigadores.

OBJETIVO: Identificar si los investigadores cuentan con los conocimientos y habilidades administrativas relativas al desarrollo de negocios, para el escalamiento de sus productos del laboratorio a la industria en el campo de la biotecnología.

MATERIAL Y MÉTODO: Se empleó entrevistas por competencia. Se trata de una investigación cuantitativa de tipo descriptiva, transeccional, con una muestra no probabilística por conveniencia.

RESULTADOS: Mediante la prueba de hipotesis t de *Student*, se pudo rechazar la hipótesis nula, ya que existió suficiente evidencia para concluir que la diferencia entre las medias de las poblaciones es estadísticamente significativa.

CONCLUSIÓN: Se deben de promover la innovación y fomentar la capacitación acerca de habilidades administrativas, con el fin de desarrollar nuevos mercados basados en la bioeconomía.

PALABRAS CLAVE: Biotecnología. Habilidades administrativas. Economía basada en el conocimiento.

ABSTRACT

Biotechnology is a knowledge-based economy, which faces and solves problems that create competitive advantages, jobs and drive frontier industries. However, to achieve the transition of knowledge from the laboratory to industry requires management skills, which are foreign to most researchers.

OBJECTIVE: To identify whether researchers have the knowledge and management skills related to business development for scaling up their products from the laboratory to the industry in the field of biotechnology.

MATERIAL AND METHOD: Competency-based interviews were used. This is a quantitative, descriptive, cross-sectional research, with a non-probabilistic sample by convenience.

RESULTS: By means of the Student's t-hypothesis test, the null hypothesis could be rejected, since there was sufficient evidence to conclude that the difference between the population means is statistically significant.

CONCLUSION: Innovation should be promoted and training in management skills should be encouraged in order to develop new markets based on the bioeconomy.

KEY WORDS: Biotechnology. Management skills. Knowledge-based economy.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, la biotecnología es reconocida como una economía basada en el conocimiento, enfrentando y resolviendo problemas, en forma que crean ventajas competitivas, empleos e impulsan industrias de frontera, sin embargo, para lograr la transición del conocimiento del laboratorio a la industria, se requiere de habilidades, conocimientos y experiencias en áreas, tales como: negociación, habilidades gerenciales, normatividad y tramites, los cuales, resultan no solo lejanos para una gran parte de los investigadores, sino que, llegan a visualizarlos como una barrera casi inexpugnable que limita la posibilidad de llevar las ideas y aplicaciones del laboratorio a las manos de los potenciales consumidores o beneficiarios de sus descubrimientos y, son precisamente estas áreas de oportunidad las que deben afrontar para lograr el escalonamiento industrial y transferencia tecnológica evitando quedarse en logros parciales e identificando a tiempo lo escollos relativos a las lagunas existentes en la legislación actual y la falta de fomento de derechos de autor.

Para iniciar se debe conocer primero ¿Qué es la biotecnología? De acuerdo a Morales y Amaro (2019) es la “aplicación de la ciencia y la tecnología a organismos vivos, así como a sus partes,

productos y sus modelos, para modificar materiales vivos y no vivos para la producción de conocimientos, bienes y servicios". Se aplica en industria, principalmente en: Agroalimentario, salud e industrial y medioambiental.

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) menciona que, al momento de definir la biotecnología, se deben incluir las diferentes técnicas que son: ADN/ARN, proteínas y otras moléculas, células y tejidos, cultivos e ingeniería, técnicas biotecnológicas de procesamiento, vectores de genes y ARN, bioinformática y nanobiotecnología (Rodríguez, et.al., 2020).

Díaz (2019) menciona que la biotecnología es un conocimiento científico intensivo pero relacionado estrechamente con lo industrial y comercial; por lo que para tener una visión completa, no se deben de separar estos dos aspectos.

En años recientes, se han comenzado identificar con mayor claridad la importancia del capital intelectual, de tal forma que, el concepto desarrollado por el teórico de la administración Peter Druker, sobre la sociedad del conocimiento está cobrando no solo fuerza, sino que, además, está siendo identificado en forma más clara y comienzan a cristalizarse metodologías que permiten la evaluación del concepto denominado capital intelectual, de tal forma que los Recursos Humanos (RRHH) no solo han sido identificados como el recurso más valioso para las empresas, sino como un factor crítico para la consolidación, crecimiento y permanencia, creando con ello la Gestión del Conocimiento, donde se involucra a todo el personal, con el objetivo de contribuir al éxito y desarrollo de la organización.

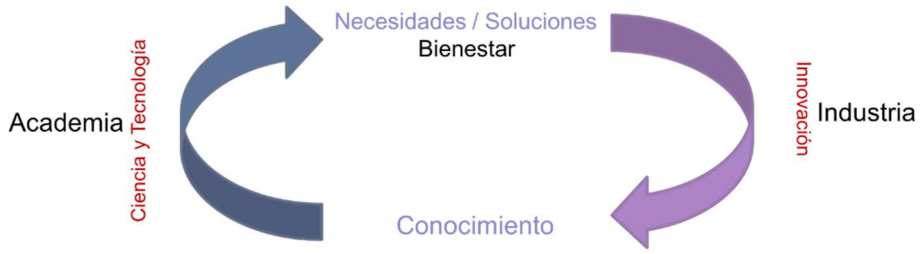
Los biotecnólogos, pasan a ser parte de la gestión del conocimiento dentro de una organización, ya sea educativa o de negocio, por lo tanto, deben tener conocimientos básicos acerca de:

a) Establecimiento de objetivos, conocimiento acerca de visión, metas y paradigma.
b) Estrategias de resolución de problemas (toma de decisiones).
c) Determina prioridades de inversión y de investigación a desarrollar para ser líder en los campos elegidos.
d) Creación de nuevos activos (diseño del producto, proceso de producción y de toda la cadena de operaciones).

Por lo tanto, el líder científico, como especialista tiene la responsabilidad de definir, impulsar, coordinar, dar coherencia y evaluar los procesos.

Un aspecto importante que no ha logrado concretar México es, el ciclo virtuoso de Ciencia-Tecnología-Innovación (CTI), que es la base de las economías basadas en el conocimiento.

Figura 1
Círculo virtuoso



Nota. Elaboración propia, adaptada de Ramírez, et.al. (2022).

Si bien, México cuenta con una masa crítica significativa de científicos, falta el lado de la innovación, que genere los recursos necesarios para seguir alimentando el ciclo; ya que de acuerdo con el Índice de Competitividad Global 2019 del Banco Mundial, la competitividad de México se encuentra en la posición 48 (Ramírez, et.al., 2022).

Dado que la relevancia económica de la biotecnología es alta, se debe tomar en cuenta que para su correcta operación en un país es necesario la interrelación de diversos factores como son los proyectos de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i), oportunidades de mercado, modelos de negocios y elementos externos (población y rentabilidad).

La OCDE y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), han relacionado la biotecnología como un importante motor de crecimiento económico; señalando que para el año 2030, podría suponer el 2,7% del Producto Interno Bruto (PIB) en los países industrializados e incluso más en los países en vías de desarrollo (CORDIS, 2009).

Sin embargo, la actual cultura empresarial, tiene una falta visión de negocio para abrir mercados en el ámbito de la biotecnología y fomentar una cultura de la innovación y desarrollo tecnológico en la industria, el desafío es que las empresas no conocen de biotecnología y sus beneficios (ProMéxico, 2017).

Galindo (Biblioteca Vasconselos, 2019) menciona que existía una limitación por parte de la legislación, ya que no permitía ser investigador y empresario a la vez por conflicto de intereses, pero esta legislación cambio en el 2015; y hace hincapié en la importancia de que los

investigadores conozcan de emprendimiento, con el fin de implementar sus innovaciones al mercado.

Los líderes científicos o el científico principal del proyecto, no solo deben contar con gran experiencia en la investigación, también debe contar con destreza de gestión para poder dirigir a otros científicos, ser el portavoz de las investigaciones y desarrollar conferencias, participar en la solicitud de patentes, escribir informes del progreso, pidiendo subvenciones y aconsejando a los gestores financieros de la empresa (Thieman y Palladino, 2010). Por lo que se debe generar un recurso humano, capaz de enfrentar los desafíos tecnológicos y poder difundir el conocimiento al sector productivo.

En perspectiva la biotecnología requiere además del dominio tecnológico, control productivo, y poder dar respuesta a las regulaciones y manejo de los canales comerciales del producto hasta llegar al consumidor (Bisang, Campi y Cesa, 2009).

En este sentido, se conceptualiza innovación como la implementación del conocimiento en el mercado, ya que, el conocimiento se transforma en innovación cuando el mercado la acepta. Por lo que es importante conocer, cómo generar un plan de negocios de un producto biotecnológico innovador (Biblioteca Vasconselos, 2019).

Las potencias mundiales se caracterizan por sus altos niveles de inversión en la formación de recursos humanos de alto nivel y la investigación aplicada, para el desarrollo de tecnología, patentes, contratos y licenciamientos. Una deficiencia que enfrenta el país es la escasa cultura emprendedora, que existe en el personal dedicado a la investigación (falta de capacitación en el área de negocios y propiedad intelectual) (Maldonado-Sada, et.al., 2019).

Los cambios que ocurren a escala mundial, han provocado cambios en la forma de competencia y mercado, volviéndose la productividad y la innovación, básicos para el desarrollo de las economías; la rapidez con lo que se producen estos cambios, la baja adaptabilidad de las organizaciones y su vida fugaz en el mercado, ha influido en la forma de negociar y en el establecimiento de ventajas competitivas. Pero esta situación, se manifiesta en una marcada diferencia entre países ricos y pobres, desarrollados y subdesarrollados, por lo que es necesario establecer estrategias que permitan adaptarse y ser competitivos a los cambios acelerados que dominan el mercado (Pérez y Coutín, 2005).

Debido a la especialización, la biotecnología no puede ser analizada como una industria tradicional, ya que tiene dinámicas muy particulares que difieren de los modelos y las estrategias empresariales comunes.

Establecer un plan de negocios permite evaluar la viabilidad de la idea y poner en marcha el proyecto, Harvard Business Review (Harvard Business Review, 2021), recomienda hacer el plan en base a cuatro factores:

a) Equipo o personal.
b) Oportunidad: producto, mercado y rentabilidad.
c) Panorama en general: marco legal, inflación (variables que no pueden ser controladas).
d) Riesgo y beneficio.

Aunque los investigadores y empresarios, no han logrado llegar a un acuerdo de que es un modelo de negocios, si han concordado que cada modelo es único para cada empresa, pero debe permitir entender la manera en que la empresa interactúa con su entorno para crear y capturar valor. La mayoría de modelos de negocio se han enfocado a factores internos de la empresa como las capacidades de la empresa, barreras cognitivas, liderazgo, adecuada organización estructural y los procesos.

Castro, et al. (2016) proponen un modelo de negocios para empresas biotecnológicas, el cual se basa en:

a) Segmento de mercado.
b) Propuestas de valor.
c) Canales.
d) Relaciones con los clientes.
e) Fuentes de ingresos.
f) Recursos clave.
g) Actividades clave.
h) Asociaciones clave.
i) Estructura de costos.

La industria biotecnológica es emergente y estratégica con una fuerte tendencia a la concentración de mercado, debido a las altas exigencias de capital demandados a lo largo de la cadena de valor; lo que permite pocas oportunidades de mercado, principalmente a las pequeñas

y medianas empresas. Estados Unidos se ha establecido como el país líder de desarrollo biotecnológico, debido a modificaciones institucionales que incluye los temas de generación de conocimiento, apropiabilidad, derechos de propiedad, regulación e incentivos. En el caso de México, se ven esfuerzos aislados, y solo algunos casos aislados de éxito que han permitido identificar algunas estrategias empresariales y tecnológicas (Amaro y Sandoval, 2019).

México cuenta con una base científicas importante que puede ser canalizada hacia el ámbito empresarial de alto impacto innovador, sin embargo, la falta de un lenguaje común entre la academia y la industria, no ha permitido esta vinculación exitosa, por lo que se presenta como uno de los principales problemas para establecer una sociedad basada en el conocimiento (Amaro y Sandoval, 2019).

Ante la necesidad de que academia e industria converjan, universidades y escuelas de negocios en el mundo han comenzado a implementar el área de negocios orientado a biotecnólogos, como por ejemplo, en México está la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la cual instalo y opera la Aceleradora de Negocios Biotecnológicos (Hernández, 2021); otro ejemplo es en España Instituto de Empresa de España (IE Business School) que imparte el Máster en Gestión de Negocios, pero enfocado en la biotecnología (Vílchez, 2015).

MATERIAL Y MÉTODO

Se realizó una investigación descriptiva, cuantitativa de tipo transversal; mediante la técnica de entrevista. Fue una muestra no probabilística por conveniencia, ya que permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos; fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador (Otzen y Manterola, 2017). Para el análisis de los datos, se utilizó la estadística inferencial.

Para la comprobación de hipótesis, se realizó la Prueba t de *Student*, ya que se van a comparar dos poblaciones, con muestras pequeñas.

Las unidades de estudio seleccionadas fueron Empresas de Base Tecnológicas en Biotecnología (EBTB), de tamaño micro, considerando el criterio de INEGI (2009); e Institutos de investigación de Universidades públicas y/o privadas.

La hipótesis considerada fue:

H_1: Las instituciones donde sus investigadores cuentan con habilidades administrativas relativas al desarrollo de negocios presentan un mayor índice de éxito en el escalamiento de sus productos del laboratorio a la industria.

H_0: Los investigadores que no cuentan con habilidades administrativas relativas al desarrollo de negocios presentan un mayor índice de éxito en el escalamiento de sus productos del laboratorio a la industria.

H_0: $\mu_1=\mu_2$

H_I: $\mu_1\neq\mu_2$

En la presentación de la entrevista se especificó:

a) El objetivo del estudio.
b) Su naturaleza anónima (no se recogerán datos personales como nombre o algún dato que permitirá su identificación).
c) Que la información será tratada en forma confidencial y analizada en conjunto para publicaciones científicas y de difusión en congresos especializados.
d) Que en ningún caso se publicarán datos individuales.

Se realizó la entrevista por competencias a los sujetos de las unidades de estudio seleccionadas para conocer sus competencias de gestión empresarial.

Los criterios de inclusión considerados para las personas fueron:

a) Que tengan estudios de biotecnología;
b) Que laboren en una EBTB clasificadas como micros, o en algún instituto de investigación;
c) Tengan cargo gerencial o jefatura en áreas de producción, finanzas, recursos humanos, mercadotecnia.

Los criterios de exclusión considerados fueron:

a) Que no tengan estudios de biotecnología.
b) Que no laboren en EBTB clasificadas como micros; o en algún instituto de investigación.
c) Que no tuvieran cargos gerenciales o de jefaturas en las áreas de interés para el estudio.
d) Que no hubieran completado correctamente el test.

Es importante menciona que no existe conflicto de interés en la realización de este estudio.

RESULTADOS

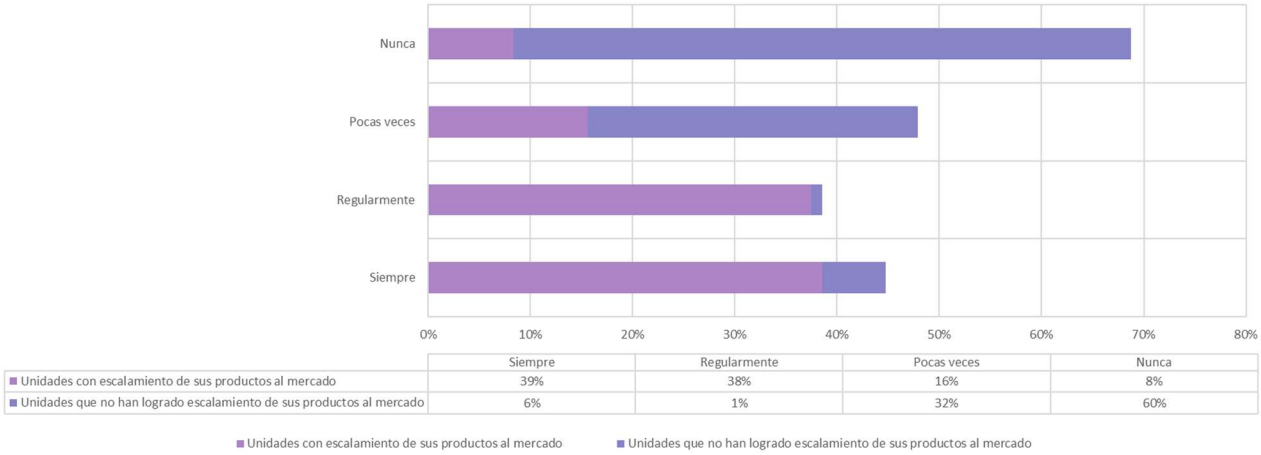
Las unidades de investigación seleccionadas fueron cinco EBTB, las cuales laboran en áreas industrial y agroalimentarias; de cada unidad de negocio, se entrevistaron a tres personas; y tres

institutos de investigación, de los cuales se entrevistaron tres investigadores, obteniendo un total de 24 entrevistas.

Fue factible identificar, que los investigadores que cuentan con conocimientos de habilidades administrativas relativas al desarrollo de negocios, tienen más éxito en el escalamiento de sus productos del laboratorio a la industria en el campo de la biotecnología.

Figura 2

Habilidades administrativas en relación a éxito en escalamiento de productos al mercado



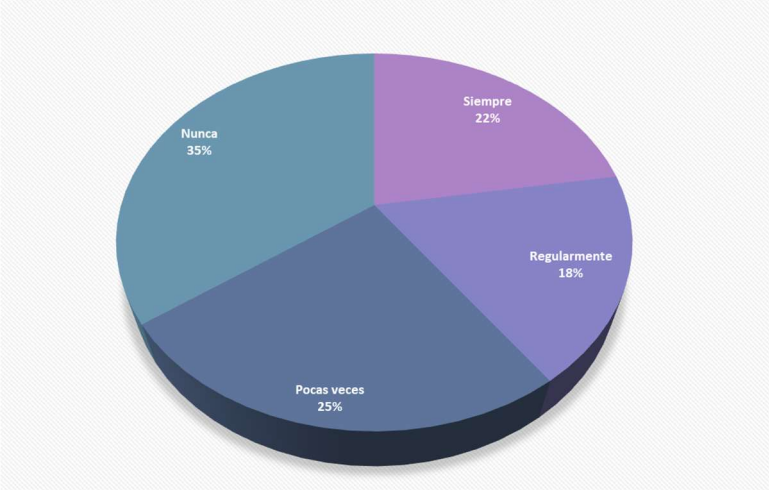
	Siempre	Regularmente	Pocas veces	Nunca
Unidades con escalamiento de sus productos al mercado	39%	38%	16%	8%
Unidades que no han logrado escalamiento de sus productos al mercado	6%	1%	32%	60%

Nota. Elaboración propia.

Se verificó, que solo el 22% de los entrevistados tienen conocimiento acerca de los procedimientos para crear estrategias administrativas, para que su investigación a desarrollar, se coloque en el mercado.

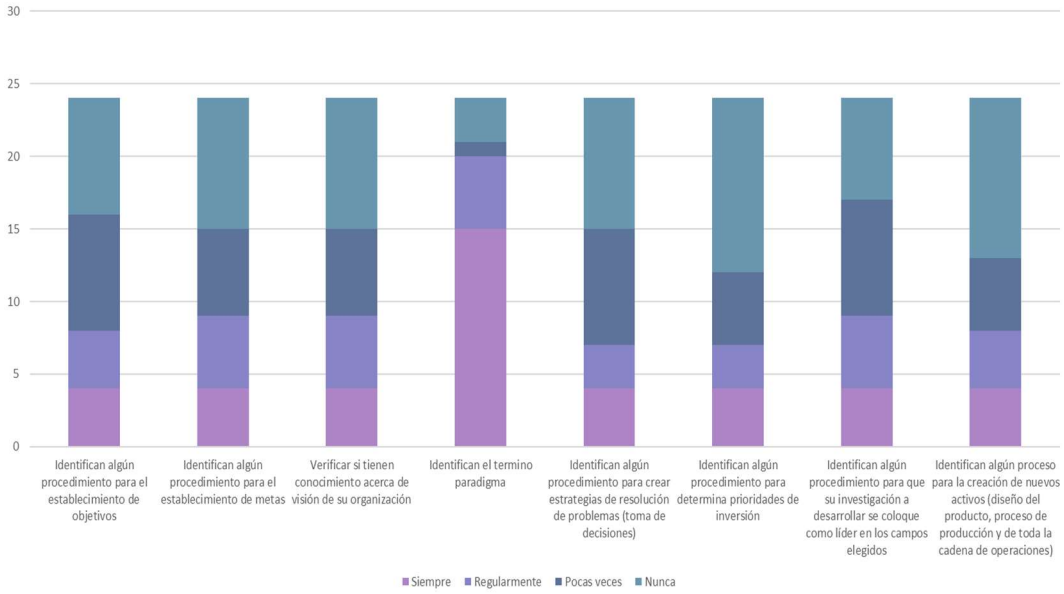
Figura 3

Presentan habilidades administrativas relativas a desarrollo de negocios



Nota. Elaboración propia.

Figura 4
Entrevista sobre habilidades administrativas



Nota. Elaboración propia.

Tabla 1
Prueba de hipótesis t de Student

	Con éxito	Sin éxito
Media	18.25	1.75
Varianza	14.91666667	4.916666667
Observaciones	4	4
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	5	
Estadístico t	7.409963767	
P(T<=t) una cola	0.00035235	
Valor crítico de t (una cola)	2.015048373	
P(T<=t) dos colas	0.0007047	
Valor crítico de t (dos colas)	2.570581836	

Nota. Elaboración propia.

Con nivel de 95% de confianza, se puede rechazar la hipótesis nula, ya que se tiene suficiente evidencia para concluir que la diferencia entre las medias de las poblaciones es estadísticamente significativa, al obtener el valor de P de 0.0007.

CONCLUSIONES

Mediante la prueba t de S*tudent*, rechazamos la hipótesis nula, lo que significaría que, si existe diferencia en el índice de éxito en el escalamiento de sus productos del laboratorio a la industria entre los investigadores que cuentan y no con habilidades administrativas relativas al desarrollo de negocios, estos datos los corroboramos con el porcentaje y la media, las cuales indican una diferencia significativa.

Una de las estrategias en México para generar empleos mejor remunerados, son los proyectos de los sectores económicos de alto valor agregado, entre los que se encuentra la biotecnología, área del conocimiento, la cual cuenta con una fuerte incidencia en diversas actividades productivas, donde existen algunas condiciones favorables, ya que cuenta con universidades de alto nivel, infraestructura de telecomunicaciones moderna, y programas de fomento para la vinculación entre empresas y academia; aún falta impulso en la creación del emprendimiento (Olalde y Peña, 2018).

Es en este sentido, donde las habilidades administrativas de negocio resultan imprescindibles, sin embargo, aún falta desarrollar dichas habilidades en el sector académico; como se pudo observar, durante el desarrollo de la investigación solo un 39% de los entrevistados que han logrado posicionar sus productos en el mercado cuentan con habilidades administrativas, dato que contrasta con el 6% de personal que cuenta con estas habilidades y que no han logrado tener éxito en la innovación.

Para lograr esta transferencia de conocimientos, se deben de promover la innovación y fomentar la capacitación acerca de habilidades administrativas en el área de negocios; así como facilitar la interacción entre los centros de investigación y las empresas privadas, con el fin de desarrollar nuevos mercados basados en la bioeconomía. Se debe difundir en el sector privado el valor de la biotecnología, tanto en términos económicos, ambientales y sociales; para de este modo en conjunto el sector privado y academia logren afrontar los obstáculos comerciales y regulatorias que existen en el mercado internacional.

Resulta importante referir que, la Ley de Ciencia y Tecnología Federal, publicada en el 2015, en su artículo 51, menciona que: “Las instituciones de educación, los centros públicos de investigación y las entidades de la administración pública que realicen actividades de investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación, promoverán alianzas tecnológicas, consorcios, unidades de vinculación y transferencia de conocimiento, nuevas empresas privadas de base tecnológica y redes regionales de innovación...” (Suprema Corte de Justicia de la Nación, 2020).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bisang, R., Campi, M. & Cesa, V. (2009). *Biotecnología y desarrollo.* Naciones Unidas.

Castro Aranda, S., López Torres, V. G. & Guerra Rivas, G. (2016). Propuesta de modelo de negocio base para las empresas de biotecnología en México. *Revista Global de Negocios, 4*(4), 29-51.

Harvard Business Review. (2021). *Como crear un plan de negocios.* Reverté.

Hernández, M. (01 de julio de 2021). *Instalarán aceleradora de negocios biotecnológicos*. https://www.gaceta.unam.mx/instalaran-aceleradora-de-negocios-biotecnologicos/

Maldonado-Sada, M. T., Caballero-Rico, F. C. & Ruvalcaba-Sánchez, L. (2019). Retos para las spin-off académicas en México como resultado de la valorización económica de I+D+i de las universidades. *Ciencia UAT, 14*(1), 85-101. doi:https://doi.org/10.29059/cienciauat.v14i1.1136

Olalde Quintanar, I. & Peña Malacara, C. (2018). Innovación con Ciencia: Una iniciativa que busca promover la cultura del emprendimiento científico en Morelos. *Revista Digital sobre Patentes, Marcas y Propiedad Intelectual*. https://www.mipatente.com/innovacion-con-ciencia-una-iniciativa-que-busca-promover-la-cultura-del-emprendimiento-cientifico-en-morelos/

Pérez Rodríguez, Y. & Coutín Domínguez, A. (2005). La gestión del conocimiento: un nuevo enfoque en la gestión empresarial. *ACIMED, 13*(6). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352005000600004

Ramírez, O. T., Valderrama, B., Carranza, L., Huerta , A. & Palomares, L. (2022). Infraestructura habilitante para el desarrollo de la biotecnología médico-farmacéutica en México. *Biotecnología en Movimiento* (28), 9-15.

Vílchez, C. (2015). *Formación en biotecnología: el negocio de la ciencia*. Obtenido de AméricaEconomía: https://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/formacion-en-biotecnologia-el-negocio-de-la-ciencia

Amaro Rosales, M. & Sandoval Cabrera, S. V. (2019). Industria biotecnológica, concentración y oportunidades para las empresas mexicanas en el panorama mundial de encadenamientos productivos. En *LA BIOTECNOLOGÍA EN MÉXICO* (pp. 127-170). Universidad Nacional Autónoma de México.

Biblioteca Vasconselos. (01 de julio de 2019). Innovación con ciencia, por Dr. Enrique Galindo. *Entrevista*. https://youtu.be/1arx_rlqfbA

CORDIS. (2009). *La OCDE expone las oportunidades y los desafíos que plantea la bioeconomía del futuro*. Obtenido de Servicio de Información Comunitario sobre Investigación y Desarrollo (CORDIS): https://cordis.europa.eu/article/id/30881-oecd-sets-out-opportunities-and-challenges-for-future-bioeconomy/es

Díaz, A. (2019). *Biotecnología en todos lados: En los alimentos, la medicina, la agricultura , la quimica... ¡y esto recién empieza!* Siglo XXI.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2009). Micro, pequeña, mediana y gran empresa. https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/ce/2009/doc/minimonografias/m_pymes.pdf

Morales Sánchez, M. A. & Amaro Rosales, M. (2019). Introducción. En F. d. Economía, *La biotecnología en México. Innovación tecnológica, estrategias competitivas y contexto institucional* (pp. 9-22). UNAM.

Otzen, T. & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology, 35*(1), 227-232.

ProMéxico. (2017). *Panorama actual de la industria biotecnológica en México.* Unidad de Inteligencia de Negocios.

Rodríguez, A., Aramendis, R., Deana, A., García, R. & Pittaluga, L. (2020). *El aporte de la biotecnología médica frente a la pandemia de COVID-19 y lecciones para su desarrollo mediante las estrategias nacionales de bioeconomía: estudios de caso de Colombia, Costa Rica y el Uruguay.* Comisión Económica para América Latina y el Caribe. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46533/1/S2000656_es.pdf

Suprema Corte de Justicia de la Nación. (2020). *Ley de Ciencia y Tecnologia.* https://legislacion.scjn.gob.mx/Buscador/Paginas/wfArticuladoFast.aspx?q=EI+gQjK83C7L/d/8KCB3teuf06S4Iq5SWcUiY+ua4hA+AVNtfqAZIsPNX/syOBPwfYfeahBnTc/j7yn+jbeEhQ==

Thieman, W. & Palladino, M. (2010). *Introducción a la biotecnología.* Pearson.

Propuesta de Innovación en Mercadotecnia para una Pequeña Empresa en la Industria del Vestido en Puebla.

Marketing Innovation Proposal for a Small Company in the Clothing Industry in Puebla.

Ortíz Carranco, Araceli*, Ramírez Rosas, José Gonzalo**, Hernández Solís, Rafael***

*Doctora. Universidad Politécnica de Puebla. Email: araceli.ortiz@uppuebla.edu.mx, ORCID: https://orcid.org/0000-0001-7835-6339.

**Doctor. Universidad Politécnica de Puebla. Email: jose.ramirez@uppuebla.edu.mx, ORCID: https://orcid.org/0000-0003-0664-3843.

***Maestro. Universidad Politécnica de Puebla. Email: rafaelhernandezsolis@gmail.com, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-5081-1747.

Correo para recibir correspondencia: araceli.ortiz@uppuebla.edu.mx

Fecha de recibido: 17 de noviembre de 2021 **Fecha de aceptación:** 28 de julio de 2022

RESUMEN

OBJETIVO: Proponer una innovación en mercadotecnia mediante un canal *online*, monitoreada con la Metodología del Cuadro de Mando Integral (CMI) en una Pyme poblana.

MATERIAL Y MÉTODO: Se analizó el desempeño del departamento de ventas de la Pyme y se elaboró la matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA); posteriormente, se realizó la Matriz Analítica de Definición de Estrategias (MAFE) para determinar la estrategia a seguir, así como el análisis del proceso de ventas, para proponer el nuevo canal de ventas *online*, optando por el *social selling*. Se hizo el análisis estadístico con el coeficiente R-cuadrado para determinar la correlación entre las variables objeto de estudio.

RESULTADOS: Se construyeron los indicadores para cada perspectiva del CMI, utilizando el software para monitoreo en tiempo real. Se logró la eliminación de los tiempos en el proceso de ventas, donde se cumplieron objetivos en el aumento de ventas de dicho departamento apoyándose del *social selling* de la Pyme.

CONCLUSIONES: La pyme estudiada innovó la Mercadotecnia, optando por el social *selling* para un mejor proceso, logrando aumentar su nivel de ventas, por lo que, el riesgo de quiebra se minimizó y se pudo comprobar el éxito de esta innovación.

PALABRAS CLAVE: Cuadro de Mando Integral. Pymes. Innovación.

ABSTRACT

OBJECTIVE: To propose an innovation in marketing through an online channel, monitored with the Balanced Scorecard Methodology (BSM) in an-SME located in Puebla.

MATERIAL AND METHOD: The performance of the sales department of the SME was analyzed and a matrix of Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) was elaborated; subsequently, the Strategy Definition Analytical Matrix (MAFE) was carried out to determine the strategy to follow, as well as the analysis of the sales process, to propose the new online sales channel, opting for social selling. Statistical analysis was done with the R-squared coefficient to determine the correlation between the variables under study.

RESULTS: Indicators were built for each BSC perspective, using real-time monitoring software. The elimination of time in the sales process was achieved, where objectives were met in increasing sales of the mentioned department, supported by the social selling of the SME.

CONCLUSIONS: The SME studied innovated Marketing, opting for social selling for a better process, managing to increase its level of sales, so the risk of bankruptcy was minimized, and the success of this innovation could be verified.

KEY WORDS: Balanced Scorecard Methodology. SME. Innovation.

INTRODUCCIÓN

A partir de la contingencia sanitaria que se vive a nivel mundial, el tema de innovación ha cobrado especial relevancia en las empresas sin importar su tamaño o giro (Lozada, Ortiz, Ramírez y Molina, 2018), es decir, las empresas que han logrado sobrevivir han innovado en sus modelos de negocio o algún aspecto de sus procesos, tal es el caso que se aborda en este trabajo.

De acuerdo al Manual de Oslo (2006), la definición de innovación es:

> La introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores. Así también, se mencionan los diferentes tipos de innovaciones en una empresa, para este caso, se considera la definición de innovación en Mercadotecnia, debido a que es la aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos del diseño o el envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación (p. 27).

Refiriéndose a los canales de venta *online*, son los medios digitales mediante los que se buscan dar a conocer los productos a los clientes potenciales sin intermediarios, son económicos, dentro de los canales de venta online se encuentran: las tiendas online, las redes sociales y buscadores entre otros. Dentro de las redes sociales se contempla el *social selling*, de tal forma que, el social *selling* es reconocido como un modelo de ventas fundamentado en el uso de los medios sociales digitales, con la finalidad de generar credibilidad, y establecer relaciones emocionales con los clientes potenciales para dar seguimiento y alcanzar los objetivos comerciales (Jiménez, 2021). Dicho lo anterior, se puede concluir que el social *selling,* es una nueva forma de llegar a los clientes y se pueden generar ingresos bajo esta modalidad *online*.

Algo importante a resaltar es, para el social *selling* o venta social (Quality, 2020), uno de los objetivos principales y/o beneficios para la empresa es, el aumento de ventas a través de las redes sociales, es decir, no solo se busca un posicionamiento y contacto con el mercado meta una vez creado el *customer-persona*, el fin es lograr un beneficio económico.

McNamar, Peltier, Chennamaneni y Niedermeier (2021) exponen que:

> El propósito del *Social Selling* incluye parte del esfuerzo de personal de marca, cambio de información, redes de trabajo en lo que se participa para la construcción de una mejora y partiendo de allí tener conciencia para el incremento del rendimiento de la empresa (p. 130).

Por otro lado, el CMI es una herramienta administrativa que desde sus inicios ha brindado mejoras en las organizaciones, con el propósito de cumplir los objetivos planteados mediante la incorporación de la filosofía empresarial (Kaplan y Norton, 2009).

El CMI ha sido utilizado en la mayor parte del mundo, siendo aplicado en industria privada como en el sector público, cuyo objetivo no es crear en si una estrategia, sino apoyar a la estrategia planteada a través de las cuatro perspectivas que se plantea (McKnight, Robey, Mcknight y Marcuson, 2020, p. 150).

En particular, las perspectivas del CMI (Financiera, clientes y mercado, procesos comerciales, aprendizaje y conocimiento) variarán dependiendo de la misión/visión de cada organización y del entorno en el que se opere, por lo que la decisión de introducir una o varias nuevas perspectivas al modelo del CMI, dependerá de la importancia de los elementos que se requieran en la nueva perspectiva (Ungureanu, Moga, Cristea y Mihalache, 2021, p. 115).

Ahora bien, la problemática que presentó la Pyme sujeta de estudio es, que existe en sus operaciones del departamento de ventas un proceso lento en los tiempos de entrega, para un pedido de 1500 unidades de uniformes el tiempo promedio es de 20 días hábiles, sin embargo, se ha llegado a entregar con atraso de 15 días (35 en total), afectando la obtención de los ingresos derivados de las operaciones, reduciendo la liquidez, pues el principal problema de este estudio es que el personal de este departamento no llega a una meta de venta en un 40%, lo que conlleva a que la organización, para realizar adecuadamente sus operaciones normales, como es la producción, distribución y comercialización, llega a obtener un financiamiento a través de cuentas por pagar (proveedores, documentos e impuestos) que representan un 30.77%, y otros acreedores no reconocidos por las instituciones financieras que llega a representar un 18.93%,

lo que repercute en una inadecuada práctica de operaciones, en contraste se otorgan créditos a clientes y para recuperarlos el plazo es largo, pues su cobranza es ineficiente.

Con base en lo anterior, se pudo visualizar que ha existido evidencia de la implantación a través de un software del modelo del CMI en algunas Pymes, lo cual han incrementado su desempeño y mejorado sus procedimientos en el cumplimiento de sus objetivos, por lo que se pudieron identificar las variables que pueden incidir en el desempeño de la empresa, siendo los proveedores, clientes y ventas de la empresa, lo que es propicio para una innovación en el departamento de ventas, monitoreada mediante un CMI.

En este sentido, se planteó la implantación del CMI a través de un software que proporcione en tiempo real el desempeño de la empresa y así mejorar los procedimientos de la empresa.

MATERIAL Y MÉTODO

El corte metodológico que se utilizó para esta investigación fue mixto, dado a que se midieron datos económicos así como el análisis de profundidad significativo de la empresa sujeto de estudio (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014), también se tomó como base la metodología de la *Action Research* con un estudio de caso, como lo señala Colmenares y Piñero (2008) "el propósito es comprender el comportamiento de la empresa para lograr una mejora y al mismo tiempo obtener una transformación en el desempeño de sus actividades e incrementar su desempeño" (p. 100). Se caracterizó por ser un estudio descriptivo, dado que se analizó la problemática de la Pyme para darle una solución a través de la propuesta de la metodología del CMI, que permite mejorar el desempeño de la empresa a través de las perspectivas de procesos internos, crecimiento, clientes y financiero (Kaplan y Norton, 2009).

En otro punto, este estudio se caracteriza por ser de investigación aplicada, puesto que el propósito fundamental de la misma fue el mejorar el desempeño de la Pyme; para este caso, es una organización perteneciente a la industria del vestido a la que se llamará Juan en este estudio; por último, la misma se consideró una investigación participativa dado a que se realizó en conjunto con los directivos de la organización siendo esta parte fundamental para la construcción de la propuesta del modelo del CMI.

Método

Para desarrollar la presente investigación, se siguió el siguiente método:

A. Con base en Ramírez (2009), se realizó un diagnóstico de los problemas organizacionales, ya que "afectan el desempeño del departamento de ventas de la Pyme

a través de la matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA)" (p. 58).

B. Se realizó el análisis del proceso de ventas, para que a la postre con base a estos datos se estudiarán las variables de que afectaban más en el departamento de ventas de la Pyme.

C. Se hizo el análisis estadístico con el coeficiente R-cuadrado para determinar la correlación entre las variables encontradas a estudiar.

D. Se elaboró la estrategia a seguir por parte del departamento de ventas a través de la Matriz Analítica de Formación de Estrategias (MAFE), para que se desarrollara el CMI a partir de los indicadores estratégicos con base al apoyo de los directivos de la organización.

E. Se determinó innovar en mercadotecnia el departamento de ventas, añadiendo un nuevo canal *online*, eligiendo el social *selling* debido a las restricciones presupuestales.

F. Por último, se propuso una herramienta informática que permitirá la implementación del CMI en el departamento de ventas de la Pyme sujeto a estudio, para monitorear los indicadores en tiempo real.

RESULTADOS

A continuación, se describen las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas encontradas en la empresa.

Tabla 1
Matriz FODA del departamento de ventas de la Pyme

Fortalezas	Oportunidades
1. El porcentaje de utilidad en relación al costo es competitivo, ganar un peso le cuesta $0.45. 2. Las ventas del año 2019, se han incrementado en un 600% respecto al año anterior.	1. Ingreso a nuevos nichos de mercado le ha costado dejar de vender. 2. Dependencia de créditos con el sistema financiero (20%), y con agentes fuera del mismo sistema (80%). 3. Pago retrasado de las obligaciones (Pasivos) pues representan el 45%. 4. Falta de clientes nuevos; sin generar prospección desde hace tres años. 5. Compra de medio mayoreo, por carecer de liquidez, aumentando el costo en 25% por llevar esta mala práctica. 6. Sin inversión en capacitación al departamento de ventas.
Oportunidades	**Amenazas**
1. De acuerdo al Directorio de Encuesta Nacional de Unidades Económicas, publicado por el INEGI en noviembre de 2019, la actividad económica relacionada a la industria automotriz, presenta 77 Unidades Económicas, con aproximadamente 12,530 trabajadores, por lo cual, se pretende ofrecer ropa, chalecos y gorras para aumentar en 25% del total de las ventas. 2. TIC (Redes sociales y plataformas) aumentan la probabilidad de comercialización, con su uso se pretende alcanzar un 20%.	1. El aumento en el costo de los insumos en un 17% provoca una reducción de utilidad bruta en un 5.36%. 2. Sus pasivos representan 45.22% en relación al capital.

Nota. Principales aspectos desde la perspectiva estratégica y administrativa del departamento de ventas de la Pyme. Elaboración propia.

A partir del análisis FODA, se construyó la MAFE, Peláez (2009) señala que ”a través de la misma se puede orientar la estrategia de una organización” (p. 20), tal como se muestra en la Tabla 2 y se resalta la estrategia implantada para la mejora de la liquidez en la empresa Juan.

Tabla 2
Matriz MAFE de la empresa

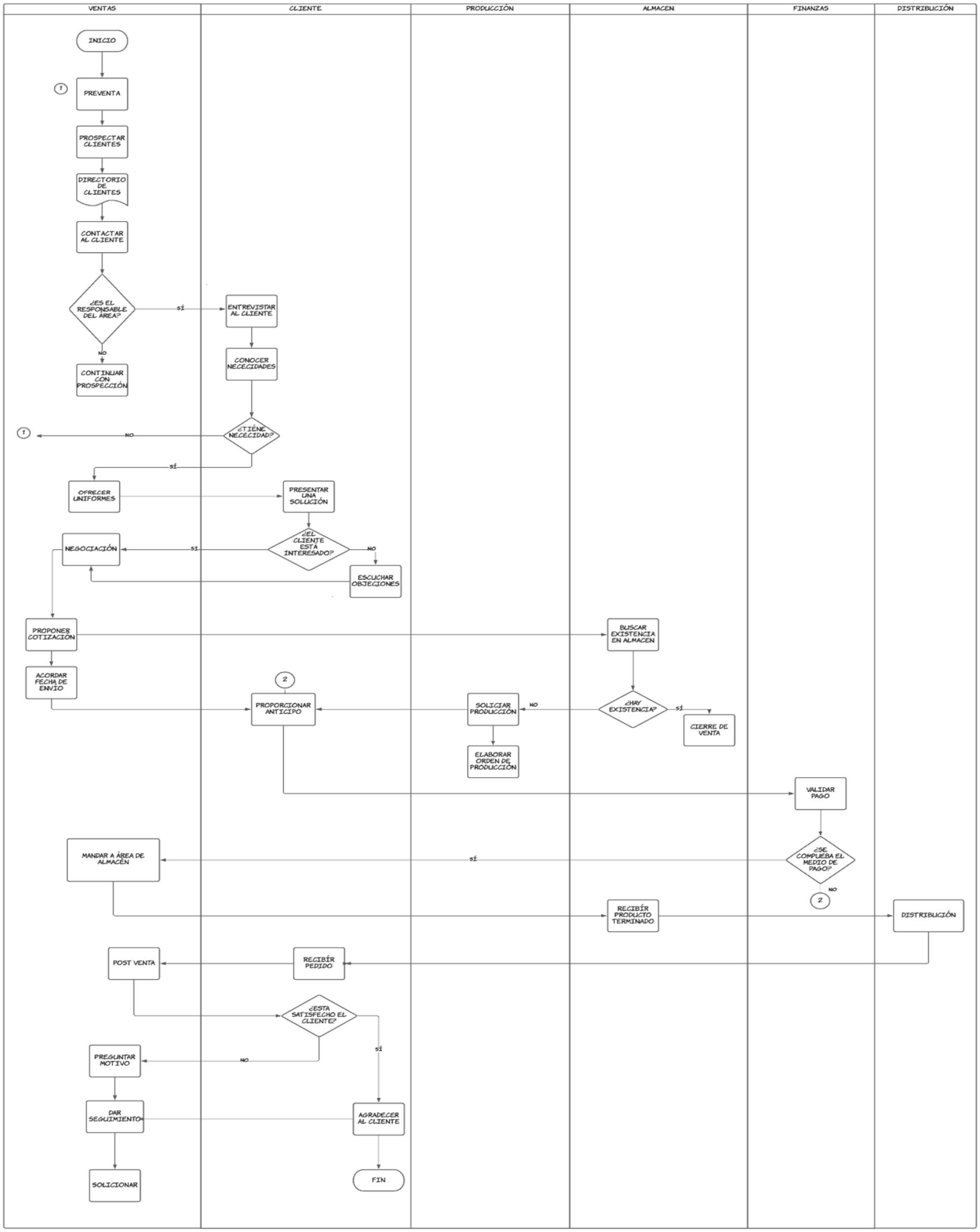
	Fortalezas	**Debilidades**
	1. El porcentaje de utilidad en relación con el costo es competitivo, ganar un peso le cuesta $0.45. 2. Las ventas del año 2019 se han incrementado en un 600% respecto al año anterior.	1.Ingreso a nuevos nichos de mercado le ha costado dejar de vender. 2.Dependencia de créditos con el sistema financiero (20%) y con agentes fuera del mismo sistema (80%). 3. La mayoría de los empleados no poseen dominio en el uso de TIC y redes sociales.
Oportunidades 1.Con base en la encuesta nacional del (INEGI, 2019) la industria disminuyo un 25% de sus ingresos. 2.El aumento del *E-comerce* tiene una tendencia de crecimiento del 20%.	Incentivar las ventas de contado riguroso con la finalidad de aumentar la liquidez de la empresa mediante el social *selling*.	Capacitar a los empleados para el manejo de redes sociales.
Amenazas 1.El aumento en el costo de los insumos tiene una tendencia del 17% reduciendo una utilidad del 6%. 2.Los pasivos representan un 45% en relación con el capital contable.	Entrega del pedido a tiempo y evitar devoluciones y rebajas.	Disminuir la dependencia de créditos por medio de una administración financiera eficiente y disminuir los pasivos para aumentar la liquidez.

Nota. Se muestran las estrategias ofensivas (FO), reorientación (DO), defensivas (FA) y de supervivencia (DA) para la empresa sujeto de estudio. Elaboración propia.

Es claro que para llevar a cabo la estrategia de incentivar las ventas de contado riguroso, con la finalidad de aumentar la liquidez de la empresa mediante el social *selling*, se debe analizar el proceso actual de ventas, para determinar el impacto de esta estrategia dentro del proceso actual.

Figura 1

Proceso de ventas actual con base en la información de la empresa

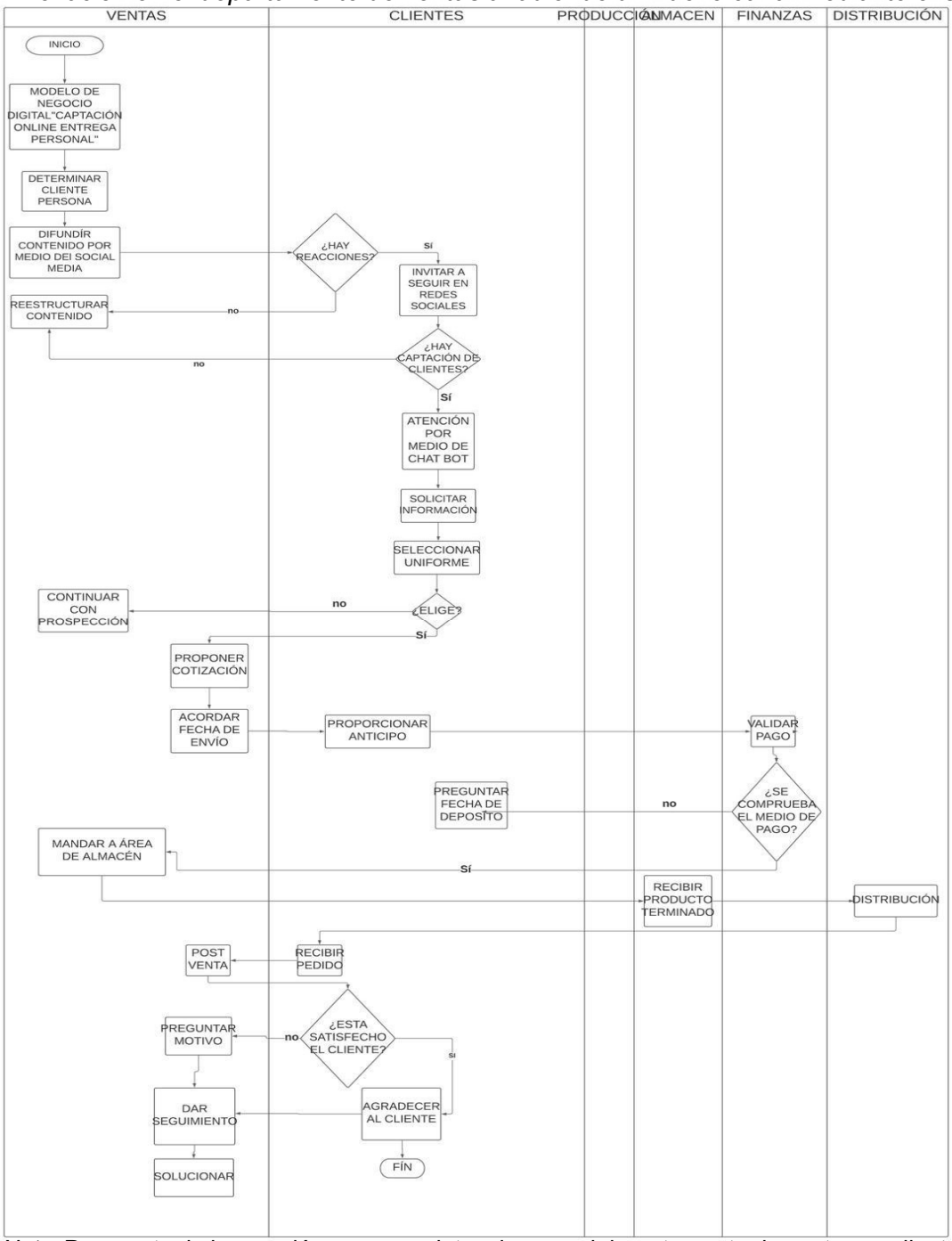


Nota. Elaboración propia.

Ahora bien, el departamento de ventas de la empresa necesita una orientación para lograr un incremento de sus ventas, lo cual se puede lograr de forma eficaz con el uso de la tecnología; por lo que se propuso en este departamento, realizar una innovación en mercadotecnia, abriendo un canal de ventas *online* optando por el social *selling;* para introducir una nueva forma de contactar a los clientes, establecer relaciones con éstos y lograr cerrar una venta.

Figura 2

Innovación en el departamento de ventas añadiendo un nuevo canal mediante el social selling



Nota. Propuesta de innovación en mercadotecnia para el departamento de ventas mediante la introducción del social *selling.* Elaboración propia.

A partir de los análisis FODA y la elaboración de la MAFE, se concluyó que el departamento de ventas tiene una problemática con respecto a sus proveedores y clientes, lo que hace que la liquidez no exista de forma suficiente para el desarrollo de sus operaciones.

Para comprobar lo anterior se realizó un análisis estadístico para observar la correlación entre las variables proveedores y clientes, pues como lo señala Aranda, Canasa y Paredes "es un grado que mide las variables estudiadas con el fin de conocer la relación" (2020, p. 21), pues en este caso se estudió sobre los ingresos que obtiene la empresa a través del coeficiente R cuadrado, tal como se describe en las siguientes tablas, las cuales se describe el grado de relación.

Tabla 3
Coeficiente R cuadrado

Concepto	Resultado
R- cuadrado	0.052044

Nota. En esta Tabla, se puede apreciar el coeficiente de correlación entre las variables de ventas (independiente) y clientes (dependiente). Elaboración propia.

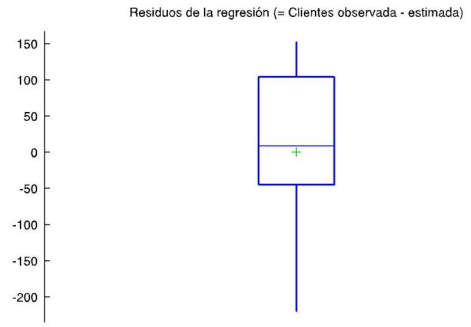
Tabla 4
Coeficiente R cuadrado

Concepto	Resultado
R- cuadrado	0.059057

Nota. Se puede apreciar el coeficiente de correlación entre las variables de ventas (independiente) y proveedores (dependiente). Elaboración propia.

Por consiguiente, se deriva que cuando la empresa da un mayor crédito no necesariamente obtiene un aumento en las ventas.

Figura 3
Residuo de la regresión ajustada de las variables ventas y clientes

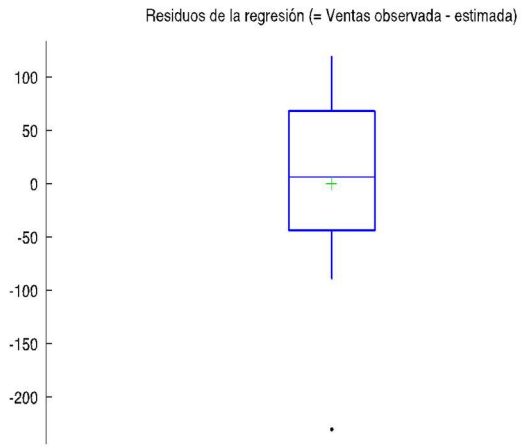


Nota. Se puede apreciar la correlación entre las variables de ventas y clientes, lo que indica que existe una estrecha relación entre ambas. Elaboración propia.

Por otra parte, se expone que cuando la variable de los proveedores otorga mayor crédito no impacta en las ventas de la empresa.

Figura 4

Residuo de la regresión ajustada de las variables ventas y proveedores



Nota. Se puede apreciar la correlación entre las variables de ventas y proveedores, lo que indica que existe una estrecha relación entre ambas. Elaboración propia.

Una vez detectada la problemática que enfrenta el departamento de ventas de la empresa, se corroboró la pertinencia de la estrategia que permitiera incrementar su desempeño (Tabla 2).

Así, una vez identificada la estrategia: "Incentivar las ventas de contado riguroso con la finalidad de aumentar la liquidez de la empresa mediante el social *selling*", se procedió a la construcción de los objetivos de cada una de las perspectivas que integran el CMI, tal como se describe en las Tablas 5, 6, 7 y 8 que se expone el indicador de cada perspectiva.

Tabla 5

Objetivo de la perspectiva financiera

Objetivo general	Indicador
Lograr que el negocio genere valor para hacer frente a sus compromisos con terceros (deudas y obligaciones) y con la directiva y trabajadores (generación de utilidades).	Incentivar las ventas de con la finalidad de aumentar la liquidez en un 30% respecto al 2019 y por medio de administración financiera disminuir los pasivos.

Nota. Se puede observar el objetivo a lograr de la perspectiva financiera con el indicador genérico a lograr, teniendo la métrica establecida partiendo de la estrategia que se estableció en la matriz MAFE. Elaboración propia.

Tabla 6
Objetivo de la perspectiva clientes

Objetivo general	Indicador
Usar las Tecnologías de la Información, Comunicación y redes sociales para aumentar el posicionamiento y la interacción con clientes para adquirir las prendas realizadas por Juan.	Crear tres cuentas de redes sociales: Facebook (fan page 1), Instagram (1) y YouTube (1), para publicar información.

Nota. Se puede observar el objetivo a lograr de la perspectiva de clientes con el indicador genérico a lograr, teniendo la métrica establecida partiendo de la estrategia que se estableció en la matriz MAFE. Elaboración propia.

Tabla 7
Objetivo de la perspectiva procesos internos

Objetivo general	Indicador
Aumentar la facturación y el cumplimiento de pedidos y disminuir las devoluciones y rebajas.	De los pedidos realizados, lograr facturar el 70%y cumplir al 100% en las fechas acordadas de entrega. Disminuir las rebajas y devoluciones en 60%.

Nota. En esta Tabla, se puede observar el objetivo a lograr desde la perspectiva de procesos internos con el indicador genérico a lograr, teniendo la métrica establecida partiendo de la estrategia que se estableció en la matriz MAFE. Elaboración propia.

Tabla 8
Objetivo de la perspectiva de aprendizaje

Objetivo general	Indicador
Gestionar la carrera profesional del cliente interno.	1. Capacitar a los empleados para el manejo de redes sociales. El número de cursos tomados al semestre son tres (3/3). 2. Monitoreo del desempeño del vendedor. Tasa de visita incremento 20%. Promedio de bateo (eficiencia) del vendedor. Incremento del promedio del pedido.

Nota. Se puede observar el objetivo a lograr de la perspectiva de aprendizaje con el indicador genérico a lograr, teniendo la métrica establecida partiendo de la estrategia que se estableció en la matriz MAFE. Elaboración propia.

De lo anterior, se desprendió el mapeo de los objetivos con la construcción de los indicadores, por su parte González y Molina exponen, que el CMI indica la medición de los indicadores y sus parámetros, con el objetivo de tomar decisiones (2008, p. 235), tal como se describen en las Tablas 5, 6, 7 y 8, respectivamente.

Tabla 5

Construcción de las fórmulas de los indicadores con sus parámetros de la perspectiva financiera

Misión	Somos el departamento comercial encargado de mostrar la imagen de la empresa San Juan, de escuchar sus necesidades del cliente para que por medio de nuestros productos se logre satisfacerlas buscando una experiencia en el social media.
Visión	Aspiramos a ser reconocidos como el mejor departamento de la empresa San Juan, utilizando diversos medios para atención integral de los clientes.
Estrategia general	Innovar el proceso de ventas con un nuevo canal a través del social media.

Perspectiva	Mención de indicadores	Indicador	Fórmulas	Parámetros		
Financiera	Incentivar las ventas de contado riguroso con la finalidad de aumentar la liquidez en un 30% respecto al 2019 y por medio de administración financiera disminuir los pasivos.	Aumentar el resultado de la prueba de liquidez a 2.00	PL 2019= AC/PC *100 PL 2020 = PL 2019*30%	**2.0-1.6**	**1.5-1.1**	**1.0-0.0**
		Aumentar la prueba del ácido en 1.5	PA 2019=AC-INVENTARIOS/ PC PA 2020 = PA 2019*	**1.5-1.3**	**1.2-1.0**	**0.90-00**
		Rotación de cuentas por cobrar aumentarla a 10 veces.	VTAS NETAS/ C.C. = No. VECES 10 VECES	**10-9.5 Veces**	**9.4-8.5 Veces**	**8.4-0 Veces**
		Plazo medio de Cobro 36 días.	PMC=360/RCXC	**30-36 Días**	**37-41 Días**	**42 O Más días**
		Incrementar el apalancamiento de pasivos con activos a 0.58	DAT 2019= (PT)/(AT) *100			

Nota. En esta Tabla, se puede observar la construcción de los indicadores específicos junto con las fórmulas y parámetros a medir por parte de la perspectiva financiera. Elaboración propia.

Tabla 6

Construcción de las fórmulas de los indicadores con sus parámetros de la perspectiva

Perspectiva	Mención de indicadores	Indicador	Fórmulas	Parámetros		
Clientes y mercado	Crear 3 cuentas de redes sociales: Facebook (fan page 1) Instagram (1) y YouTube (1), para publicar información. A) Del total de las publicaciones, lograr el 5% de interacciones con publicaciones. B) Segmentar el contenido de las publicaciones totales en cinco tipos: valor (30%), testimonial (20%), comercial (20%), dinámicas (20%) indistinto (10%) Aprovechar las tres mejores horas para publicar en las diferentes redes sociales.	A) De compromiso. 1. Interacciones con publicaciones. No de personas que vieron la publicación.	IP= (TI)/(TP) *5%	5.00%-4.01%	4.00% - 3.01	3.00% - 0%
		2. Me gusta con interacciones similares. Si fue aceptada o rechazada la publicación. Se compara el rendimiento medio a lo largo del tiempo.	P=MG/ Días	120-100	99-80	79-0
		3. Comentarios públicos. Verificar comentarios positivos y negativos. Se compara el rendimiento medio a lo largo del tiempo.	P=MG/ Días	30-25	24-20	19-0
		B) Internas. Análisis de contenido de publicaciones. 1. Publicaciones por periodo. Frecuencia de comunicación.	A.C.P.= %T.C.* T.P.	100-90%	89-76%	75-0%
		2. Tiempo de respuesta. En qué tiempo se responde a los comentarios positivos o negativos. Tiempo promedio de responder.	PTR= TR/Días	4:00-00:01 hora	24:0136:00 horas	36:01:00
		3. Tasa de resolución de quejas. Porcentaje de quejas públicas resueltas.	PQR=QR/Días	4:00-00:01 hora	24:0136:00 horas	36:01:00
		C) Mejores horas para publicar.	3 hrs de las 10 am a 1:00 pm	100-90%	89-66%	65-0%
		1) Tráfico directo. Tiempo de estancia medio.	PTE=TE/Días	3:00-2:01 Min	2:00-1:01 Min	1:00-0:01 Min
		2) Tráfico indirecto. Alguien buscó su marca en Google.	PTIN/Días	4:00-2:30 Min	2:29-1:00	0:59-00:00 Min

Nota. Construcción de los indicadores específicos junto con las fórmulas y parámetros a medir por parte de la perspectiva de clientes y mercado. Elaboración propia.

Tabla 7

Construcción de las fórmulas de los indicadores con sus parámetros desde la perspectiva de los procesos internos

Perspectiva	Mención de indicadores	Indicador	Fórmulas	Parámetros		
Proceso interno	De los pedidos realizados, lograr facturar el 70% y cumplir al 100% en las fechas acordadas de entrega. Disminuir las rebajas y devoluciones en 60%.	Porcentaje de facturación de los pedidos realizados.	%FPR= F/IPT *100	70-63%	62-54%	53-0%
		Porcentaje de productos entregados a tiempo.	%PET= PET/TP *100	100-90%	89-76%	75-0%
		Porcentaje de rebajas otorgadas a los clientes.	%R= R/TF*100	60-54%	53-46%	45-0%
		Porcentaje de devoluciones de los clientes.	%D = D/TF*100	60-54%	53-46%	45-0%

Nota. Construcción de los indicadores específicos junto con las fórmulas y parámetros a medir por parte de la perspectiva de procesos internos. Elaboración propia.

Tabla 8

Construcción de las fórmulas de los indicadores con sus parámetros de la perspectiva de aprendizaje

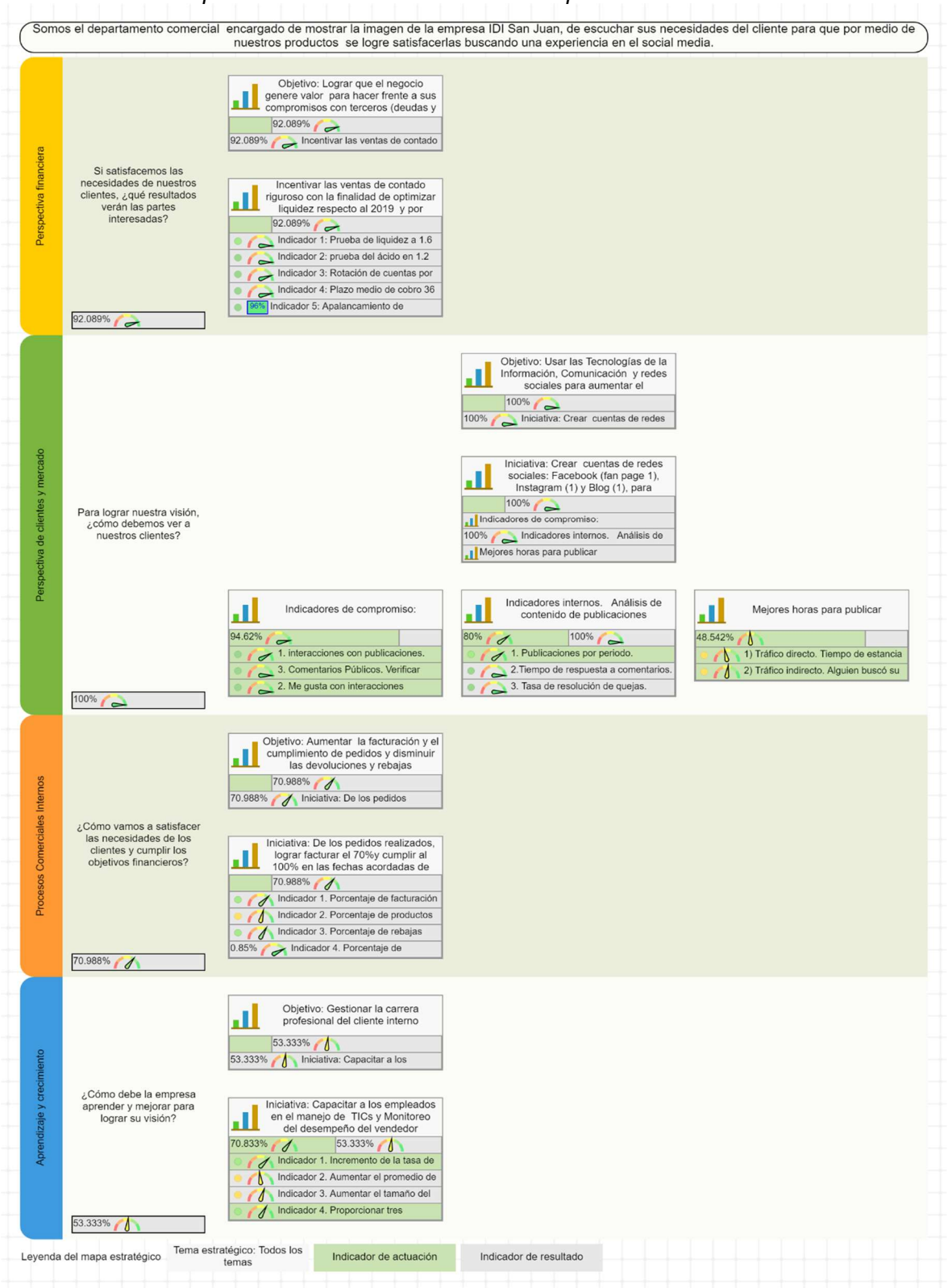
Perspectiva	Mención de indicadores	Indicador	Fórmulas	Parámetros		
Aprendizaje y crecimiento	Capacitar a los empleados en el manejo de TIC. El número de cursos tomados al semestre son tres.	Número de capacitación recibida.	NC= NCI/3 *100	3 Cursos	2 Cursos	1 o 0 Cursos
	Monitoreo del desempeño del vendedor	Incremento de la tasa de visita del vendedor a los clientes en 20%.	TS= (V)/(DT)	20-16%	15%-11%	10-00%
		Aumentar el promedio de bateo del vendedor en 30%.	PB= (P)/(V)	30%-21%	20%-11%	10-0%
		Aumentar el tamaño del promedio del pedido en 15%.	TPP= V/P	15%-11%	10-6%	5%-0%
		Incrementar el desempeño de los vendedores en 300 puntos.	V= DT*TS*PB*TPP	300-201 pts.	200-101 pts.	100-0 pts.

Nota. Construcción de los indicadores específicos junto con las fórmulas y parámetros a medir por parte de la perspectiva de aprendizaje y crecimiento. Elaboración propia.

Siguiendo con la metodología del CMI, se obtuvo el mapa de procesos que hace referencia al proceso administrativo, por el cual se logran los objetivos planteados.

Figura 9

Construcción del mapa administrativo del CMI de la empresa



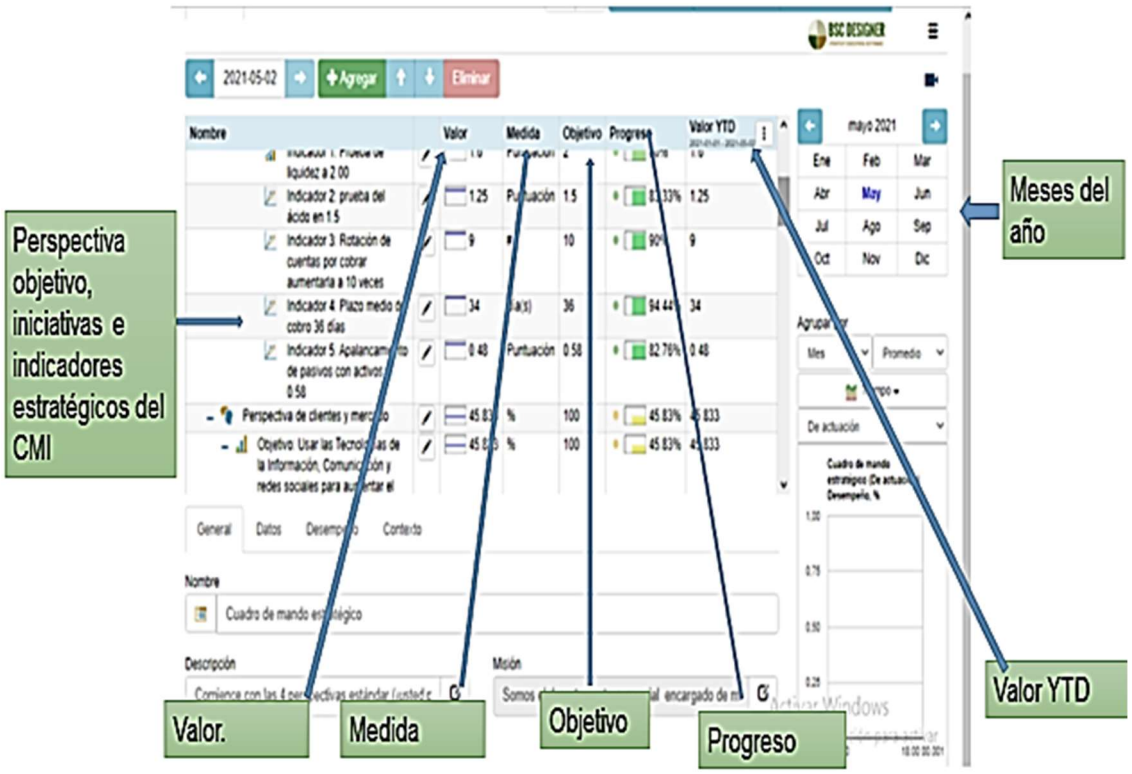
Nota. Mapa estratégico del departamento de ventas por parte de la empresa con las cuatro perspectivas, respectivamente. Elaboración propia.

Una vez obtenido el proceso, así como los objetivos que se pretenden obtener para el cumplimiento de las metas a través de los indicadores estratégicos que se construyeron con la orientación de los directivos de la empresa, se procedió a la construcción del modelo del CMI a través de BSC *Designer* (https://bscdesigner.com/es/) que permitiera el seguimiento del cumplimiento de los objetivos en tiempo real.

A la postre, se ingresaron los datos de las diferentes perspectivas del CMI en el software a utilizar.

Figura 10

Registro de las diferentes perspectivas del CMI en el software a utilizar



Nota: Software que se utiliza como medida de seguimiento en las perspectivas del Cuadro de Mando Integral. Elaboración propia.

Se incluye evidencia del uso del social *selling* para la Pyme, sujeta de estudio:

Figura 11
Presencia en redes sociales de la Pyme Juan

Nota. Las redes sociales como parte del social *selling* a seguir por parte de la empresa. Elaboración propia.

CONCLUSIÓN Y/O DISCUSIÓN

De los aspectos que son importantes resaltar, se encuentran: en primer lugar, la pequeña empresa Juan, tenía un proceso tradicional de ventas *off line*, mismo que contemplaba más fases en su proceso inicial de contactar al cliente, hasta lograr cerrar una venta. Este proceso, se hacía mediante representantes, por lo que, la empresa dependía directamente del trabajo de este personal sin tener un contacto directo con los clientes, es decir, no existía socialización o retroalimentación con respecto a las necesidades y gustos o preferencias de los artículos que se producen. Por lo anterior, se consideró realizar una innovación en mercadotecnia en el departamento de ventas, abriendo un nuevo canal *online*, optando por el *social selling,* puesto que, un canal permite solventar los aspectos antes mencionados, tal como lo explica Jiménez (2021), se busca generar credibilidad, y establecer relaciones emocionales con los clientes potenciales para dar seguimiento y elevar las ventas (en los indicadores se puede observar los

criterios utilizados para medir la efectividad de este canal); en este orden de ideas, en Quality (2020), se establece que uno de los objetivos principales y/o beneficios para la empresa es el aumento de ventas a través de las redes sociales, por lo que, al abrir este canal se intentó promover las ventas al contado riguroso para elevar la liquidez de la empresa mediante una opción que no requiere mayor inversión y que apoya a la empresa en su posicionamiento en el mercado meta o *customer-persona*, dicha propuesta no se aleja de Pintado (2020), en el que mediante un canal de ventas online demostró la maximización de ingresos en pequeñas y medianas empresas.

Por otra parte, para monitorear esta innovación se consideró pertinente utilizar una herramienta gerencial usando TIC, para asegurar el éxito de dicha iniciativa. Dentro del cambio de proceso efectuado y una vez implantado el CMI, se pudo observar una disminución de los tiempos en los procesos del departamento de ventas, dándose a notar que este departamento con una nueva dirección de procedimientos conlleva al cumplimiento de las nuevas metas propuestas. Ahora bien, como resultado preliminar se obtuvo una mejora en los indicadores en la perspectiva de aprendizaje y desarrollo; con la información de la bitácora, el reporte de facturación se validó el desempeño de los empleados, la tasa de visita fue de 12.5%, el promedio de eficiencia (bateo) fue del 13% y el promedio del pedido en 7%, respectivamente, todos estos resultados se encuentran en semáforo amarillo de acuerdo al CMI. Como se puede observar, mediante esta herramienta gerencial se tiene un *dashboard* en tiempo real de los ajustes que se puedan realizar para no desviarse del objetivo general, puesto que, todo se maneja con base a indicadores de la realidad empresarial en estudio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ahmad, M. (2019). El Cuadro de Mando Integral. *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas*, 82-101.

Colmenares, A. y Piñero, L. (2008). La investigación acción. Una herramienta heurística para la comprensión y transformación de realidades y prácticas socio-educativas. *Laurus Revista de educación*, 96-114.

Lozada, J., Ortiz, A., Ramírez, J. y Molina, E. (2018). Potencial tecnológico de las micro y pequeñas empresas latinoamericanas a partir de un análisis sistémico. Caso San Pedro Cholula, Puebla. *Potencial tecnológico de las micro y pequeñas empresas latinoamericanas a partir de un análisis sistémico. Tomo II*. México, México: Fontamara.

Aranda, L., Canasa, D. y Paredes, S. (2020). Gestión financiera y liquidez en la empresa Nosa Contratistas Generales SRL. *Revista de Investigación Valor Contable*, 19-27.

Gonzalez Quintana, M. J. y Cañadas Molina, E. (2008). Los indicadores de gestión y el cuadro de mando en las entidades no lucrativas. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 227-252.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación.* México: McGraw-Hill.

Jiménez, G. (2021). Social selling y marketing digital en la estética integral de la belleza, La Victoria. C.A. *Revista Innovación Estética*, 71-84.

Kaplan, R. y Norton, D. (2009). *The Balanced Scorecard.* Boston: Harvard Business Press.

Manual de Oslo. (2006). Comunidad Europea: Grupo Tragsa.

McKnight, M., Robey, S., Mcknight, J. y Marcuson, M. (2020). Applying the phillips evaluation model to the balanced scorecard: measuring an organization´s learning and growth perspective. *Journal of theoretical accounting research*, 144-161.

Pelaez, A. A. (2009). Análisis Estratégico basado en el Método FODA: Su empleo en la Administración Militar. *Revista del IMES (Instituto Militar de Estudios Superiores)*, 16-32.

Pintado, A (2020). *Implementación de un canal de ventas online para la maximización de ingresos en pequeñas y medianas empresas*. [Tesis de bachiller inédita. Universidad Científica del Sur]. https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500. 12805/1614/TB-Pintado%20A.pdf?sequence=1

Quality. (25 de 01 de 2020). *Social-media-vs-social-selling*. Obtenido de QMKC: https://www.qualitymarketingcontents.com/social-media-vs-social-selling/

Ramírez Rojas, J. L. (2009). Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas. *Ciencia Administrativa*, 54-61.

Ungureanu, E., Moga, L., Cristea, D. y Mihalanche, A. (2021). Analysis of the management of the financial perfomance of a political party in Romania using the concept of Balance Scorecard. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov*, 111-120.

Influencia de Actos Corruptivos en la Administración de las Micro y Pequeñas Empresas de Bacalar, Quintana Roo.

Influence of Corruptive Acts in the Administration of Micro and Small Businesses in Bacalar, Quintana Roo.

Poot Pérez, Yanin Ailyn*, Beltrán López, Robert**,
Ramírez García, Angélica***

*Contador Público. Tecnológico Nacional de México, Campus Chetumal. Email: L17390271@chetumal.tecnm.mx, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-6932-3559.

**Doctor en Ciencias de la Administración. Actualmente Docente en el Tecnológico Nacional de México, Campus Chetumal. Email: robert.bl@chetumal.tecnm.mx, ORCID: https://orcid.org/0000-0001-5667-8732.

***Contador Público. Tecnológico Nacional de México, Campus Chetumal. Email: L17390275@chetumal.tecnm.mx, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-8646-0862.

Correo para recibir correspondencia: L17390275@chetumal.tecnm.mx

Fecha de recibido: 5 de agosto de 2022 **Fecha de aceptación:** 20 de octubre de 2022

RESUMEN

OBJETIVO: Conocer la influencia de la corrupción que se presenta en las operaciones administrativas de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) ubicadas en el sector turístico del municipio de Bacalar, Quintana Roo, México.

MATERIAL Y MÉTODO: Se realizó un estudio no experimental descriptivo con enfoque cuantitativo, a partir de una muestra estadísticamente representativa, con un porcentaje estimado (proporciones) de 50%, con un nivel deseado de confianza de 95%, llegando a un tamaño de muestra de 396 MYPES, la herramienta fue el cuestionario aplicado en un periodo de tres meses.

RESULTADOS: De acuerdo con los resultados obtenidos, solo un 5% del total de las empresas manifestó haber sufrido actos de corrupción, demostrando que la limitación en el desarrollo de las mismas es a causa de otros factores. También se evidenció que, un porcentaje mínimo de las empresas realizaron pequeños actos corruptivos en las regalías para agilizar sus trámites.

CONCLUSIONES: La corrupción no influye en el desarrollo económico de las MYPES del municipio de Bacalar, puesto que los contribuyentes se apegan a las normas fiscales ejecutando de manera sana y eficiente el desarrollo de sus operaciones administrativas, así como las operativas dentro de la organización.

PALABRAS CLAVES: Corrupción. Administración. Operación. Empresas. Economía.

ABSTRACT

OBJECTIVE: To Know the influence of corruption that occurs in the administrative operations of Micro and Small Businesses (MSES) located in the tourism sector of the municipality of Bacalar, Quintana Roo, Mexico.

MATERIAL AND METHOD: A non-experimental descriptive study with a quantitative approach was carried out, it was put through out from a statistically representative sample, with an estimated percentage (proportions) of 50%, with a desired level of confidence of 95%, reaching a size sample of 396 MSES, the tool was the questionnaire applied in a period of three months.

RESULTS: According to the results obtained, only 5% of all companies reported having suffered acts of corruption, demonstrating that the limitation in their development is due to other factors. It was also evidenced that a minimum percentage of the companies carried out small corrupt acts in the royalties to speed up their procedures.

CONCLUSIONS: Corruption does not influence the economic development of the MSES of the municipality of Bacalar, since the taxpayers adhere to the fiscal norms executing in a healthy and efficient way the development of their administrative operations, as well as the operative ones within the organization.

KEY WORDS: Corruption. Management. Operation. Companies. Economy.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, diferentes problemáticas de distintas índoles han mermado la economía a nivel mundial lo cual ha desencadenado crisis económicas en los distintos sectores. Un claro ejemplo de ello fue la pandemia COVID-19 que tuvo efecto directo en las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) debido al cierre de actividades, teniendo como consecuencia la mortandad de aquellas que carecían de liquidez.

Aunado a lo anterior, la competitividad en el mercado se hizo mayor, sobresaliendo aquellas que hicieron uso de la tecnología y la innovación para responder a la demanda. Quedando en evidencia que a mayor tecnología, gestión estratégica e innovación las empresas tienen un desempeño superior en comparación con sus competidores (Ynzunza e Izar, 2020).

De igual manera, el capital humano es otro de los elementos esenciales para el éxito dentro de una organización, debido a que si en un puesto un individuo no se desempeña de manera adecuada implicará en un costo, dado que la empresa perderá competitividad en dicha área o posición determinada (Terán et al*.,* 2017).

En México, la economía se encuentra solventada principalmente por las MYPES, para el 2020 conforme a la información presentada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2020) representan el 99.8% del total de establecimientos a nivel nacional del cual 95% son

tamaño micro, 4% son pequeños y 0.8% medianos. Asimismo, su contribución al Producto Interno Bruto (PIB) representó el 52.2% del total de ingresos y el personal ocupado es del 68.4% del total.

En la actualidad, los empresarios mexicanos viven un empirismo mexicano, pero con una gradual necesidad en prepararse en estrategias de negocios, con el objetivo que sus organizaciones subsistan, se mantengan en el mercado y sean rentables (Bautista, 2019).

Ahora bien, de acuerdo con datos presentados por el INEGI (2021) referente a los resultados de la encuesta sobre el impacto económico por COVID en las empresas, indica que, de 1 873 564 empresas en el país, 85.5% señaló que a causa de la pandemia tuvieron afectaciones, las cuales fueron: disminución de ingresos, la baja demanda y la escasez de insumos y/o productos. Además, el total de empresas que fracasaron en 2020 y 2021 fueron de 2 594 787, de acuerdo con el estudio demográfico de los negocios realizado por el INEGI (2021), representando una tasa del 17.85% para 2020 y 23% para 2021.

Ante dicha situación, diferentes empresas han optado por recurrir a actos pocos éticos para la agilización de trámites, permisos, concesiones por mencionar algunos, con la finalidad de mantenerse en el mercado.

La corrupción es una problemática que afecta al país, implicando esto en afectaciones no solo a la seguridad sino incluso a la economía misma. Dichos actos se encuentran más ligados con los entes gubernamentales, sin embargo, también se presentan en los entes privados.

De acuerdo con datos presentados por el INEGI (2021) con relación a los resultados de la Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental, por cada 100 000 habitantes, 14 701 experimentó un acto de corrupción cuando tuvo trato con algún funcionario público.

En ese sentido, hay que tener en cuenta que el estudio de la corrupción en las organizaciones se divide en dos rubros: el que tiene su origen dentro de un ente o en complicidad con otras entidades y el segundo en la confluencia con el sector público (Casar, 2015).

Es por ello, que esta investigación se centra en el segundo rubro y está dirigida a las MYPES dada la trascendencia que tienen en la economía del país por su aportación, así como su presencia en el mercado. Como objetivo de la investigación se tiene, conocer la influencia de la corrupción que se presenta en las operaciones administrativas de las MYPES ubicadas en el sector turístico del municipio de Bacalar, Quintana Roo, México, así como también los diferentes

rubros posibles de incumplimiento legal de las actividades económicas, que inciden en su posibilidad en el desarrollo económico social.

Conceptualización de la corrupción

Es necesario tener una conceptualización de la corrupción para identificar sus elementos, puesto que se ha ceñido la corrupción única y exclusivamente al sector público, sin embargo, es notable el desinterés por el verdadero significado, así como el concepto de la corrupción, lo cual causa desasosiego en el uso de este término (Casar, 2015).

De acuerdo con Malem (2014) la corrupción se presenta cuando la pretensión de los corruptos es lograr una ganancia económica ilícita, que no están permitida en las instituciones en las cuales se presta un servicio o se colabora. Posteriormente, debe existir la intención de obtener una preeminencia, reflejándose la corrupción a través del quebrantamiento de un deber institucional por parte de los corruptos.

Consecuentemente, debe haber una relación causal entre la inobservancia del deber que se atribuye y la posibilidad de lograr una ganancia deshonesta. Aunado a lo anterior la corrupción se muestra como una perfidia hacia la regla quebrantada, la institución a la cual corresponde o en la que se presta servicio. La percepción de esta perfidia hace que los actos de corrupción propendan a encubrirse, esto es, se ejecute en secreto o al menos en un ámbito de mesura (Malem, 2014).

Las personas que cometen un acto de corrupción, son aquellas que su subconsciente les hace creer que pueden estar por encima de cualquiera como señala Miranzo (2018), incluso por las autoridades que llevan el reglamento del Estado, creyendo que su desarrollo laboral y ético depende de ello.

El acto corruptivo implica falsedad, teniendo como efecto la disminución de los valores que conforman la ética de las personas. Como refiere Hodgson y Jiang (2008) cuando las personas se apegan a realizar actos antiéticos, tientan a otros con sus ganancias provenientes de las mismas, reduciendo las bases morales para acatar las reglas, esto agrava la situación económica de las empresas, impactando su competitividad.

Ahora bien, de acuerdo con el objeto de estudio es sustancial conocer acerca del soborno puesto que es el que más se presenta en las MYPES. Como menciona Malem (2014) el soborno consiste

en un tipo de contrato, en el que el sobornado recibe una paga o regalo por parte del sobornador para que actúe a su favor a cambio de una contraprestación irregular; por ello, en el soborno existe una reciprocidad, es decir, ambos se benefician y al mismo tiempo las dos partes son culpables.

En ese sentido, Transparencia Internacional (2019) menciona que el Programa Global Contra la Corrupción de la Oficina de las Naciones Unidas sobre Drogas y Crimen define a la corrupción como extralimitación de la autoridad para lucro privado, realizando actividades desde sobornos y regalos para evadir algún proceso tardado o darlo favorable ante una entidad o persona.

Sin embargo, la realización de este tipo de actos tiene efectos negativos en la economía, así como en las inversiones de los entes en el País, no sólo para los que realizan dichas actividades antiéticas sino de forma generalizada. Lo anterior, de acuerdo con los efectos que tiene la corrupción en el que el Índice de Competitividad Global del año 2017 citado por Mendoza y León (2019) destaca que la corrupción encabeza la lista de factores que más problemas representa a la hora de hacer negocios en México, lo que por consecuencia inhibe la inversión, seguido por la inseguridad y la burocracia ineficiente.

En ese sentido, Casar (2015) enfatiza que “los países competidores económicos de México muestran mejor desempeño para combatir la corrupción en sus países, lo que se convierte en una amenaza ante la decisión de intentar atraer inversión extranjera” (p. 14).

Manifiestan Mendoza y León (2019) que la corrupción es participe de encabezar la lista de las principales problemáticas que demandan la atención de autoridades con el fin de tomar acciones, en donde el objetivo no sea solo investigar y sancionar, sino implementar estrategias para evitar los actos de corrupción.

Por otro lado, Mirada Legislativa (2015) señala los siguientes factores como los principales motivos para practicar la corrupción por las entidades: la aplicación incorrecta de las leyes, procedente de la carencia de la ejecución de las mismas, mientras que otras no tienen la claridad para ser interpretadas, así como la falta de sanción y legislación penal incompleta y obsoleta.

Derivado de lo anterior, es importante identificar cuáles son los actos corruptivos más comunes que se presentan por las autoridades y empresas, los cuales creen poder beneficiarse en el momento, pero no para crecer como empresario, las variables pueden llegar a ser infinitas, sin

embargo, siempre sobresalen las más comunes: el soborno, los regalos y los premios (Observatorio Nacional del Emprendedor, 2016).

Es conveniente tener en cuenta que existe una categorización de la corrupción de acuerdo con quien la realiza el acto, el lugar en donde se lleva acabo, así como quien es el beneficiario de dicha acción, clasificándose en actos pequeños de corrupción y actos grandes, de los cuales los primeros pueden pasar desapercibidos a diferencia de los segundos que son más notorios (Córdova y Ponce, 2017).

De acuerdo a lo anterior, los actos de soborno quedan en la primera clasificación debido a que se perciben fácilmente a los actores, se realizan para obtener un beneficio cuando se intenta acceder a bienes y/o servicios básicos.

La corrupción en América

En los últimos diez años en América Latina se han estancado los países en cuanto a la disminución de los niveles de corrupción, lo anterior de acuerdo con la evaluación realizada por Transparencia Internacional (2019) al medir el índice de percepción de la corrupción (CPI) a los países que la integran el cual está en un rango de 100 que indica que son altamente transparentes hasta 0 que es extremadamente corruptos.

Conforme a lo anterior, México es uno de los países que se encuentra entre los países con la puntuación más baja en cuanto a la evaluación del CPI siendo de 31 puntos, posicionándolo en el lugar 124 de los 180 países evaluados de acuerdo a los datos presentados por Transparencia Internacional (2019), el cual no ha tenido cambios significativos a pesar de las tácticas anunciadas por el nuevo presidente en 2018.

A nivel internacional, comparte la misma puntuación con Niger, Gabon y Papua New Guinea, de los cuales no han tenido cambios significativos desde 2012 a la fecha. En lo que respecta a los países del continente americano, sólo está por encima de Venezuela con 14 puntos, Nicaragua y Haití con 20 puntos ambos, Honduras con 23, Guatemala con 25 y por último, Paraguay, República Dominicana y Bolivia con 30 puntos.

En lo que respecta a los países más transparentes, son: Canadá con 74 puntos y Uruguay con 73; si bien, Estados Unidos se ha mantenido en los primeros lugares tuvo un retroceso en lo que respecta a los últimos años, debido a que, de tener 75 puntos en 2017, actualmente tiene 67. Lo

anterior, deja en evidencia que la transparencia de cada país no depende de su capacidad económica, sino de sus estrategias para el combate contra la corrupción en los diferentes ámbitos.

La corrupción y sus efectos en las MYPES de Quintana Roo

Uno de los factores relevantes para el aumento y progreso económico de América Latina es el emprendimiento, derivado de la operatividad de las micro, pequeñas y medianas empresas, según Chirinos et al., (2019) citado por Ramírez et al., (2020) un dato interesante de estos entes económicos es que en la escala de empresas de la región estas representan por más del 90% a nivel nacional.

Sin embargo, la supervivencia de las MYPES siempre estará preestablecida por la manera de desarrollar su administración, siendo esta un factor importante para alcanzar una antigüedad en el mercado.

La corrupción puede obstaculizar su óptimo desarrollo administrativo, lo que conlleva al administrador a desarrollar conductas antiéticas que compromete su negocio derivado de una falsa buena administración. Debido a que se tiene la idea de que para que una organización pueda subsistir en el mercado tiene que aminorar la carga fiscal, aunque para lograrlo implique la ejecución de actos de corrupción (Cuevas et al., 2021).

Asimismo, de acuerdo con el INEGI (2019) menciona que los tres estados con más víctimas de corrupción presentadas en el 2017 son: Morelos con 17.2%, Quintana Roo en 17.6% y Ciudad de México con 21.1%, ocupando Quintana Roo el segundo lugar. De la misma forma, de acuerdo a la Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental (ENCIG, 2021) refiere que el 75.6% de la población mayor a 18 años que el problema más importante en Quintana Roo es la inseguridad y delincuencia, en segundo lugar, la corrupción con 69% y, por último, la pobreza con un 26.4%. En cuanto a la incidencia de corrupción en los trámites, donde la ciudadanía tuvo trato con algún funcionario público y experimento, al menos un acto de corrupción, fue de 20 413 por cada 100 000 habitantes en el Estado.

Además, de acuerdo con datos presentados por el Sistema Anticorrupción del Estado de Quintana Roo para el año 2019, los municipios que presentaban los más altos índices de corrupción son: Solidaridad con un 93.9%, posteriormente Benito Juárez con 92.6%, Tulum con 86.5%, Bacalar y Felipe Carrillo Puerto con 81.3%; además de indicar que los trámites por los

cuales se les ha pedido un soborno, son: la expedición de licencias de funcionamiento, permisos para construcción, pago de multas por infracciones, para acelerar trámites, entre otros.

El Municipio de Bacalar al ser oficialmente un pueblo mágico para el desarrollo turístico ha crecido rápidamente en población, desarrollo económico y demográfico, así como en los índices de corrupción y delincuencia; estos índices se presentan en manera general, afectando a los habitantes del municipio de Bacalar en el desarrollo de sus MYPES, actividades económicas, hasta los grandes inversionistas del turismo (Beltrán et al., 2019).

También, Beltrán et al., (2021) refiere que la delincuencia es una de las principales problemáticas en el municipio de Bacalar que afecta a los micro negocios en los siguientes aspectos: la operatividad de las empresas, visitas al establecimiento y la imagen del municipio, convirtiéndose en una de las causas que limitan el crecimiento de las MYPES.

Agregando a lo anterior, para el caso del municipio de Bacalar el Sistema Anticorrupción del Estado de Quintana Roo (2019), refiere que los principales trámites por los cuales se les ha solicitado una remuneración económica, son: licencias de manejo, pago de multas por infracciones y permisos para construcción, siendo evidente que el soborno es una actividad latente.

Es por ello, que el objetivo de este trabajo fue determinar en qué medida predomina la corrupción en el área administrativa y operativa, para conocer los efectos de la corrupción que están ocasionando problemas en las MYPES del municipio de Bacalar, formando parte del impedimento al crecimiento económico de sus actividades.

MATERIAL Y MÉTODO

El método de investigación fue no experimental de diseño transversal y de carácter descriptivo, conforme al análisis de los resultados que se obtuvieron en el instrumento y la interpretación de los mismos se permitió determinar si efectivamente la corrupción fue un factor potencialmente influyente sobre la operatividad en las empresas del municipio de Bacalar.

El enfoque fue el cuantitativo, debido a que los datos fueron obtenidos de la base de datos del trabajo de campo denominado “El efecto de la corrupción en las estrategias de gestión de las micro y pequeñas empresas. Caso: Bacalar, Quintana Roo, México”, el cual duró tres meses finalizando en el mes de abril de 2019.

La investigación fue realizada a partir de una muestra estadísticamente representativa, con un porcentaje estimado (proporciones) de 50%, con un nivel deseado de confianza de 95%, llegando a un tamaño de muestra de 396. El instrumento de recolección aplicado fue el cuestionario, el cual estuvo compuesto por seis secciones, la primera sección consiste en la recaudación de las características generales de la empresa, seguidamente se llena información general acerca de la persona que se encuentra frente el ente económico y esté contestando la encuesta, en la tercera parte, proporcionan información de los insumos del sistema, la cuarta parte es acerca de los procesos del sistema de la empresa, la penúltima parte hace referencia a los resultados del sistema, el último apartado corrupción y delincuencia, se integra por 10 *ítems*, el cual fue elaborado y validado por la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAYN), con un total de 50 preguntas, con la finalidad de adquirir información que afecte la productividad de la empresa.

De igual manera, fue dirigido a personal de la empresa que estuviera directamente relacionado con el área contable, así como la administrativa, como lo son: propietarios, gerentes o encargados, con la finalidad que la información proporcionada sea confiable dado que se trata de los procedimientos que lleva a cabo internamente la empresa y estos son factores externos que influyen en el desarrollo; se trató de concertar el levantamiento de datos con los propietarios o gerentes de los establecimientos, sin embargo, algunos delegaron esta responsabilidad a personas de su confianza o círculo cercano, por lo que es posible que no tuvieran evidencias y certidumbre de la información proporcionada, esto representó aproximadamente un 10% de los sujetos de estudio. Se aplicó a 396 MYPES ubicadas en Bacalar; asimismo se consultaron fuentes secundarias de información, como: Redalyc, Dialnet, Scielo.

RESULTADOS

Del total de MYPES en Bacalar, solo 20 señalaron haber sido víctimas de actos de corrupción, representando sólo el 5% del total de la muestra, mientras que el otro 95% restante asegura no haber sufrido actos de corrupción (Tabla 1), lo cual evidencia que la corrupción es una actividad limitada en presentarse en las empresas de dicho lugar concordando con Ramírez et al., (2020) que el cierre de las empresas puede ser debido a la ineficiencia de una planeación para el desarrollo de sus actividades, por falta de organización o déficit en el ámbito financiero. Tal como lo expresa Pereyra y Pereyra (2020) la falta de capacitación en el área administrativa, en la planeación, así como la capacitación del personal influyen en la competitividad de una

organización; por consiguiente, la rentabilidad, competitividad y supervivencia de las MYPES dependerá en gran medida de una gestión estratégica eficiente (Ynzunza e Izar, 2020).

Tabla 1
Empresas víctimas de la corrupción

	Frecuencia		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	20	5.1	5.1	5.1
	NO	376	94.9	94.9	100
	Total	**396**	**100**	**100**	

Nota. Elaboración propia tomado del proyecto "El efecto de la corrupción en las estrategias de gestión de las micro y pequeñas empresas. Caso: Bacalar, Quintana Roo, México" de Beltrán et al., (2019).

Del análisis estadístico en la Tabla 2, se establece que la población económica de Bacalar no realiza pagos externos para el desarrollo de los trámites que se relacionan con sus declaraciones y pago de impuestos, teniendo como resultado que solo 11 ofrecieron regalos, representando el 2.8% del total.

Sin embargo, el tema de las regalías de impuestos fue un tema con mayor participación antiética. Lo que conlleva, a coincidir con el Observatorio Nacional del Emprendedor (2016), identificando que los conceptos más comunes son los sobornos, regalos y premios por los cuales se caen en actividades precedentes a la corrupción, beneficiándose momentáneamente y perdiendo credibilidad como empresa o empresario.

Sin embargo, de acuerdo con Cuevas et al. (2021) al realizar una comparación en las ventas entre los empresarios que infirieron en actos ilícitos y quienes no lo hicieron no presentaron diferencias significativas; de tal manera que la ejecución de actos corruptivos no siempre implica en una ventaja competitiva con respecto a otros entes que nos los llevan a cabo.

Tabla 2
Empresas que ofrecieron regalos para poder realizar trámites relacionados con declaraciones y el pago de impuestos

	Frecuencia		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	11	2.8	2.8	2.8
	NO	385	97.2	97.2	100
	Total	**396**	**100**	**100**	

Nota. Elaboración propia tomado del proyecto "El efecto de la corrupción en las estrategias de gestión de las micro y pequeñas empresas. Caso: Bacalar, Quintana Roo, México" de Beltrán et al., (2019).

El otorgamiento de regalos para realizar trámites para regulaciones laborales es mínimo en Bacalar, de manera que está representado en la Tabla 3, por el 1.5% de la totalidad de las MYPES

que acuden a realizar pagos como incentivo de ayuda para sus trámites, conforme a las necesidades laborales de su empresa, de acuerdo a Argandoña (2007) hace referencia en que los actos corruptivos tienden a ser influyentes en las personas por distintas razones, presentando un fenómeno cambiante ante las situaciones, aplicando al tema laboral las MYPES que efectuaron estos regalos para regular su situación laboral, pudieron ser influenciados por su situación de no suspender su actividad económica y facilitando los trámites laborales a beneficio de sus entes económicos.

Tabla 3

Empresas que ofrecieron regalos para poder realizar trámites relacionados con regulaciones laborales

	Frecuencia		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	6	1.5	1.5	1.5
	NO	390	98.5	98.5	100
	Total	**396**	**100**	**100**	

Nota. Elaboración propia tomado del proyecto "El efecto de la corrupción en las estrategias de gestión de las micro y pequeñas empresas. Caso: Bacalar, Quintana Roo, México" de Beltrán et al., (2019).

Los regalos que otorgaron las MYPES para poder realizar trámites judiciales por conflictos administrativos, civiles o laborales, presenta el porcentaje más bajo de las variables estudiadas en cuestión afirmativa de actos corruptivos, a causa de que solo el 1% de la totalidad contestaron haber participado en acciones corruptivas (Tabla 4).

Coincidiendo con la información de la Tabla 3, respecto a regalos por trámites laborales del 1.5%, la variación de porcentaje no es amplia, por lo tanto, los mismos que ofrecieron regalos para concluir algún trámite laboral también pudieron presentar regalías para este concepto, estando de acuerdo con Miranzo (2018) que estas personas le creen a su subconsciente de que pueden estar por encima de cualquiera incluso hasta de la autoridad.

Tabla 4

Empresas que ofrecieron regalos para poder realizar trámites judiciales ocasionados por conflictos administrativos, civiles o laborales

	Frecuencia		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	4	1	1	1
	NO	392	99	99	100
	Total	**396**	**100**	**100**	

Nota. Elaboración propia tomado del proyecto "El efecto de la corrupción en las estrategias de gestión de las micro y pequeñas empresas. Caso: Bacalar, Quintana Roo, México" de Beltrán et al., (2019).

En la Tabla 5, se presenta que el 98% de las MYPES no realizaron regalos para poder obtener o renovar las licencias de sus actividades empresariales, puesto que, fue un factor de conocimiento el desarrollo de la solicitud del trámite de licencias para poder funcionar, debido a que, si desde el inicio de operaciones todo fue conforme a las normas establecidas por ley, para el desarrollo de solicitud no se tendrá problema, sea para solicitar la renovación o adquisición de las licencias de funcionamiento, este porcentaje, está representado por aquellas empresas que se afiliaron de manera adecuada mediante los lineamientos que establecen los organismos públicos.

Tabla 5

Empresas que ofrecieron regalos para poder obtener o renovar sus licencias para realizar una actividad empresarial

	Frecuencia		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	8	2	2	2
	NO	388	98	98	100
	Total	**396**	**100**	**100**	

Nota. Elaboración propia tomado del proyecto "El efecto de la corrupción en las estrategias de gestión de las micro y pequeñas empresas. Caso: Bacalar, Quintana Roo, México" de Beltrán et al., (2019).

CONCLUSIONES

La corrupción es una problemática presente en los diferentes sectores del país, sea público o privado, repercutiendo de manera directa o indirecta en los empresarios y la sociedad en general. Dicha influencia puede ser positiva o negativa, dependiendo el tipo de acto corruptivo que se lleve a cabo.

Ahora bien, en lo que respecta a las MYPES del municipio de Bacalar, de acuerdo con los resultados obtenidos, al analizarlos quedó en evidencia que la corrupción no afecta la administración y operación de las MYPES de dicho municipio, lo cual es positivo, debido a la afluencia de turistas extranjeros y nacionales que ha tenido la zona, siendo así que la transparencia de sus actividades genera un ambiente de confianza entre sus clientes.

Sin embargo, los datos mostraron indicios de pequeños actos corruptivos en una cantidad mínima de empresas, lo cual muestra un panorama acerca de la situación para el año 2019, en el cual se aplicó la encuesta en cuanto a los niveles de corrupción presentes en las MYPES de dicho lugar; por lo anterior, se recomienda realizar un estudio en años posteriores para realizar una

comparación de resultados e identificar si la transparencia se ha mantenido en Bacalar o caso contrario si los índices de corrupción han aumentado.

Asimismo, dichos actos han impactado en la economía del municipio, es decir, si se siguen manteniendo prósperos o en su caso han fracasado con el pasar de los años.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Argandoña, A. (2007). *La corrupción y las empresas*. IESE Business School – Universidad de Navarra. https://bit.ly/3Q2Ov8P

Bautista, E. (2019). Percepción del éxito empresarial, desde la perspectiva de planeación en el microempresario en puebla. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, *25*(72), 271-285. https://doi.org/10.19136/hitos.a25n72.3618

Beltrán, R., Díaz, E., Rosado, L. y Selem, M. (2019). *El efecto de la corrupción en las estrategias de gestión de las micro y pequeñas empresas. Caso: Bacalar, Quintana Roo, México.* Fontamara.

Beltrán, R., Promontor, E., Hernández, K. y Tziu, Y. (2021). Delincuencia como afectación operativa en micro y pequeñas empresas en Bacalar, Quintana Roo, México. *Conciencia Tecnológica,* 62, 1-17. https://bit.ly/3QmLtvO

Casar, M. (2015). *México: Anatomía de la Corrupción*. Instituto Mexicano para la Competitividad. https://bit.ly/3OXKbGL

Chirinos, Y., Luna, J., Rojas, D. y Barbera, N. (2019). *Tendencias en la investigación Universitaria. Una visión desde Latinoamérica Volumen VI.* Fondo Editorial Universitario Servando Garcés. https://bit.ly/3PWDPZx

Córdova, J. y Ponce, A. (2017). Los tipos de corrupción y la satisfacción con los servicios públicos. Evidencia del caso mexicano. *Región y sociedad*, *29*(70), 231-262. https://doi.org/10.22198/rys.2017.70.a344

Cuevas, C. y Poot, Y. (2021). *Actos de corrupción que influyen sobre la administración y operación de las micro y pequeñas empresas*. [Tesis de licenciatura no publicada]. Tecnológico de Nacional de México campus Chetumal, México.

Hodgson, G. y Jiang, S. (2008). La economía de la corrupción y la corrupción de la economía: una perspectiva institucionalista. *Revista de Economía Institucional, 10*(18), 55-80. https://bit.ly/3OYUDxF

Instituto Mexicano para la Competitividad [IMCO]. (2017, 27 de septiembre). *Índice Global de Competitividad 2017, vía WEF.* https://bit.ly/3PZZqjs

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (8 de diciembre, 2019). *Estadísticas a propósito del día internacional contra la corrupción.* [Comunicado de prensa]. https://cutt.ly/5BxsCQh

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2021). *Encuesta sobre el impacto generado por COVID-19 en las empresas (ECOVID-IE)* (3ª. Ed.). INEGI. https://www.inegi.org.mx/programas/ecovidie/

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (25 de junio, 2020). *Estadísticas a propósito del día de las micro, pequeñas y medianas empresas (27 de junio) datos nacionales.* [Comunicado de prensa]. https://cutt.ly/mBxs3DC

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2021). *Estudio sobre la demografía de los negocios (EDN) 2021*. INEGI. https://www.inegi.org.mx/programas/edn/2021/

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2021). *Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental (ENCIG) 2021*. https://cutt.ly/oBxdrjI

Malem, J. (2014). La corrupción. Algunas consideraciones conceptuales. *Revista Illes Imperis, 16*, 169-178. https://bit.ly/3zPiomn

Mendoza, J. y León, M. (2019). La corrupción como límite para la competitividad de municipios en Sinaloa, México. *Revista de Investigación Latinoamericana en Competitividad Organizacional RILCO*, *1*(2), 1-12. https://bit.ly/3SsRsB5

Mirada Legislativa. (2015). *La corrupción en México. (73)*. Senado de la República. https://bit.ly/3d6NRss

Miranzo, J. (2018). Causas y efectos de la corrupción en las sociedades democráticas. *Revista de la Escuela Jacobea de Posgrado, 14,*1-26. https://bit.ly/3BColFF

Observatorio Nacional del Emprendedor. (2016). *Efectos de la corrupción en las MiPyMEs y cómo evitarlos*. https://bit.ly/3zxrODQ

Pereyra, E. y Pereyra, M. (2020). Factores endógenos y su relación con la competitividad de las micro y pequeñas empresas panaderas de Mérida. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, *26* (75), 176-196. https://doi.org/10.19136/hitos.a26n75.3982

Ramírez, L., Rodríguez, C. y Barrón, J. (2020). *Satisfacción personal y los factores de riesgos de las MYPES: Caso México.* Fondo Editorial Universitario Servando Garcés. https://doi.org/10.47212/Tendencias2020.16

Sistema Anticorrupción del Estado de Quintana Roo. (2019). *Percepción de la corrupción en Quintana Roo y sus municipios.* https://bit.ly/3bqu8Ub

Terán, M., Rodríguez, B. y Partida, A. (2017). Formación de una herramienta confiable para evaluar el comportamiento de ciudadanía y la cultura organizacional en México. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, *24*(69), 224-245. https://doi.org/10.19136/hitos.a24n69.2766

Transparencia Internacional. (2019). *Índice de Percepción de la Corrupción*. https://bit.ly/3zVfkpR

Ynzunza, C. e Izar, J. (2020). Factores que inciden en el desempeño de la Mipyme del estado de Querétaro. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, *26*(75), 139-156. https://doi.org/10.19136/hitos.a26n75.3979

ANEXOS

6ª PARTE: CORRUPCION Y DELINCUENCIA

Ahora te voy a hacer preguntas sobre tu percepción sobre la corrupción y la delincuencia que afectan a tu empresa, la información que nos proporciones será utilizada únicamente para fines académicos.

41. De los siguientes temas, ¿Cuáles son los tres que afectan más a tu empresa? 41a. ____ 41b. ____ 41c. ____

a) Bajo poder adquisitivo de la población	e) Inseguridad y delincuencia	i) Narcotráfico	L) Ninguno
b) Mano de obra poco calificada	f) Mala aplicación de la ley	j) Impuestos	m) Otro
c) Falta de castigo a delincuentes	g) Trámites con el gobierno	k) Corrupción	n) No sabe/no responde
d) Falta de apoyos del gobierno	h) Desastres naturales		

42. Durante el último año ¿Tu empresa fue víctima de la corrupción? Sí No.

43. Durante el último año ¿Tu empresa fue víctima de la delincuencia? Sí No.

En la siguiente sección selecciona qué tan de acuerdo estás con las frases que se mencionan y encierra en un círculo el número que le corresponda.

En caso de que no aplique la pregunta o no sepas a qué se refiere selecciona "1" (No sé).
En algunos casos la pregunta contiene varios asuntos, por favor contesta de manera global.

44. Percepción del gobierno y la corrupción	Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	No sé/No aplica
44a. Cuando se sabe de algo corrupto es mejor quedarse callado	5	4	3	2	1
44b. **En términos de delincuencia,** considero que operar mi empresa en mi localidad es muy seguro	5	4	3	2	1
44c. ...considero que hacer transacciones en bancos es muy seguro	5	4	3	2	1
44d. ...considero que hacer compra-venta en la central de abasto es muy seguro	5	4	3	2	1
44e. ..considero que hacer compra-venta en centros comerciales es muy seguro	5	4	3	2	1
44f. ...considero que hacer movilización de productos en corredores industriales es muy seguro	5	4	3	2	1
44g. ...considero que transportar sus productos en carreteras o autopistas es muy seguro	5	4	3	2	1
44h. Si no denuncio un acto de corrupción del que tengo conocimiento me transformo en cómplice	5	4	3	2	1

En la siguiente sección, contesta en la columna 45 a la pregunta 45 y en la columna 46 a la pregunta 46, para cada trámite mencionado en la tabla. Contesta por ejemplo "Sí realicé el trámite y sí tuve que dar algo".
Marca sí o no según corresponda a las dos preguntas, una en cada columna

45. ¿En los últimos 12 meses realizaste un trámite de ese tipo?
46. ¿ En los últimos 12 meses, tuviste que darle a una autoridad o funcionario de gobierno un regalo, hacer algún favor o dar dinero adicional a la tarifa normal?

	45. Realizaste el trámite	46. Diste regalo
Importación / exportación de bienes a través de aduanas	45a. Sí - No	46a. Sí - No
Participación en alguna licitación pública	45b. Sí - No	46b. Sí - No
Hecho negocios con instituciones públicas sin un proceso de licitación	45c. Sí - No	46c. Sí - No
Trámites relacionados con permisos de construcción	45d. Sí - No	46d. Sí - No
Trámites relacionados con declaración y pago de impuestos	45e. Sí - No	46e. Sí - No
Trámites relacionados con las regulaciones laborales (incluso inspecciones)	45f. Sí - No	46f. Sí - No
Trámites judiciales por conflictos administrativos / civiles / laborales	45g. Sí - No	46g. Sí - No
Trámites relacionados con la salud/seguridad de los trabajadores (incluso inspecciones)	45h. Sí - No	46h. Sí - No
Trámites relacionados con asuntos de salud / seguridad / medio ambiente fuera del sitio	45i. Sí - No	46i. Sí - No
Solicitudes de contratación de servicios públicos (electricidad, gas, agua, etc.)	45j. Sí - No	46j. Sí - No
Obtención o renovación de licencias para la realización de una actividad empresarial.	45k. Sí - No	46k. Sí - No

47 y 48. Menciona si en los alrededores de tu empresa se presentaron los siguientes fenómenos durante el último año y si crees que su existencia afecte a tu empresa. Te voy a leer los fenómenos, por favor contesta, por ejemplo, "Sí existe, pero no afecta" o "No existe, pero no creo que afecte"

	47. Existe en los alrededores	48. Afecta a mi negocio
Existen pandillas y/o bandas delincuenciales	47a. Sí - No	48a. Sí - No
Crimen organizado	47b. Sí - No	48b. Sí - No
Vandalismo contra establecimientos	47c. Sí - No	48c. Sí - No
Consumo y/o venta de droga	47d. Sí - No	48d. Sí - No
Robos o asaltos frecuentes	47e. Sí - No	48e. Sí - No
Secuestros	47f. Sí - No	48f. Sí - No
Homicidios	47g. Sí - No	48g. Sí - No
Extorsiones por delincuentes	47h. Sí - No	48h. Sí - No
Cobro de piso por delincuentes	47i. Sí - No	48i. Sí - No
Extorsión de autoridades contra establecimientos	47j. Sí - No	48j. Sí - No

49. Menciona cuántas veces has sido víctima de los siguientes delitos durante el último año	Veces
49a. **Robo** de mercancía, insumos o bienes en las instalaciones del establecimiento con o sin violencia (diferente a robo hormiga).	
49b. **Robo** hormiga, es decir robo de mercancía o insumos en las instalaciones del establecimiento cometido sin violencia, de manera frecuente y en pequeñas cantidades.	
49c. **Robo** de otro tipo sin contar los anteriores.	
49d. **Secuestro** de algún miembro del establecimiento para exigir dinero o bienes.	
49e. **Homicidio** contra miembro del establecimiento.	
49f. **Delito informático,** es decir ataque a redes, servidores o sistemas informáticos del establecimiento para robar información o causar daños intencionales.	
49g. **Extorsión o derecho de piso,** amenazas, presiones o engaños por cualquier medio para exigir dinero o bienes o para que la empresa haga o deje de hacer algo.	
49h. **Daños intencionales** a las instalaciones del establecimiento, incendios provocados o afectación de la maquinaria o equipo para impedir la realización de trabajos.	
49i. **Fraude**, entrega de productos o servicios sin recibir el pago conforme a lo acordado o desvío de recursos por parte del personal del establecimiento.	

50. ¿Durante el año anterior, por causa de la inseguridad, tomaste alguna de las siguientes medidas para la empresa

Cambiaste puertas o ventanas	50a. Sí - No
Cambiaste o colocaste cerraduras y candados	50b. Sí - No
Colocaste rejas o bardas	50c. Sí - No
Compraste cajas o cuartos de seguridad	50d. Sí - No
Instalaste alarmas y/o videocámaras de vigilancia	50e. Sí - No
Instalaste dispositivos de localización	50f. Sí - No
Instalaste sistemas de protección contra ataques cibernéticos	50g. Sí - No
Contrataste vigilancia o seguridad privada	50h. Sí - No
Creaste un área responsable de la seguridad	50i. Sí - No
Contrataste seguros	50j. Sí - No
Contrataste escoltas	50k. Sí - No
Dejaste de comercializar o hacer negocios con otras empresas.	50L. Sí - No
Dejaste o alguno de los dueños dejó de ir al establecimiento	50m. Sí - No
Dejaste de manejar efectivo o redujiste su uso al mínimo en las instalaciones de tu establecimiento.	50n. Sí - No
Redujiste los horarios de atención al público, producción o comercialización de tus bienes o servicios.	50o. Sí - No
Cancelaste rutas de distribución o venta de tus productos.	50p. Sí - No
Cancelaste planes de crecimiento para tu empresa o cancelaste inversiones.	50q. Sí - No

¿Qué tan Competitivos, son los Países de la Alianza del Pacífico en Infraestructura Financiera, 2010-2019?

How Competitive are the Pacific Alliance Countries in Financial Infrastructure, 2010-2019?

Cortés Villafradez, Raúl Alberto*, Lora Suárez, Julio Enrique**
Jiménez Méndez, Edgar Ricardo***

*M.Sc. Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Colombia. Email: raul.cortev@utadeo.edu.co, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1385-9186.

**M.B.A. Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Colombia. Email: julio.lora@utadeo.edu.co, ORCID: https://orcid.org/0000-0003-0889-8217.

***M.Sc. Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Colombia. Email: edgarr.jimenezm@utadeo.edu.co, ORCID: https://orcid.org/0000-0003-4652-5649.

Correo para recibir correspondencia: raul.cortev@utadeo.edu.co

Fecha de recibido: 16 de agosto de 2022 **Fecha de aceptación:** 13 de octubre de 2022

RESUMEN

OBJETIVO: Analizar el impacto y la relación que existe entre el desarrollo de la infraestructura financiera y la competitividad de los países miembros de la Alianza del Pacífico (México, Colombia, Perú y Chile).

MATERIAL Y MÉTODO: Se usaron bases de datos históricas de indicadores asociados con la profundización y eficiencia financiera, provenientes de entidades como: Foro Económico Mundial, Fondo Monetario Internacional (FMI), Federación Mundial de Bolsas de Valores y Bureau van Dijk (BvD). Como método de estudio, se empleó la técnica estadística de análisis de correlación entre indicadores de eficiencia financiera y competitividad del segmento financiero.

RESULTADOS: Se encontró que, en el caso de Colombia, Perú y México, existe evidencia débil de impacto de la infraestructura financiera sobre la competitividad de mercado financiero. Mientras, en el caso chileno, puede afirmarse el mejoramiento de la competitividad es explicado por el desarrollo de su infraestructura.

CONCLUSIONES: A pesar que los países de la Alianza del Pacífico han logrado avances significativos en materia de desarrollo del mercado financiero, existen algunas variables como la disponibilidad de servicios financieros, que ha retrocedido en los países objeto de este estudio.

PALABRAS CLAVE: Mercado financiero. Regulación. Financiación. Capitalización. Competitividad.

ABSTRACT

OBJECTIVE: To analyze the impact and relationship between the development of financial infrastructure and the competitiveness of the member countries of the Pacific Alliance (Mexico, Colombia, Peru and Chile).

MATERIAL AND METHOD: Historical databases of indicators associated with financial deepening and efficiency, from entities such as: World Economic Forum, International Monetary Fund (IMF), World Federation of Stock Exchanges and Bureau van Dijk (BvD) were used. As a

study method, the statistical technique of correlation analysis between financial efficiency indicators and competitiveness of the financial segment was used.

RESULTS: It was found that, in the case of Colombia, Peru and Mexico, there is weak evidence of the impact of financial infrastructure on financial market competitiveness. Meanwhile, in the Chilean case, it can be affirmed that the improvement of competitiveness is explained by the development of its infrastructure.

CONCLUSIONS: Although the Pacific Alliance countries have made significant progress in terms of financial market development, there are some variables, such as the availability of financial services, which have regressed in the countries covered by this study.

KEY WORDS: Financial market. Regulation. Financing. Capitalization. Competitiveness**.**

INTRODUCCIÓN

La Alianza del Pacífico tiene como propósito principal ir avanzando progresivamente, de manera consensuada y participativa, hacia la circulación libre de personas, bienes, servicios y capitales, con el fin de lograr mayor nivel de bienestar, mejorar la calidad de vida de sus habitantes, superar la desigualdad socioeconómica y mejorar la competitividad.

Estratégicamente la Alianza del Pacífico es una iniciativa cuya dinámica permite la proyección de negocios entre los países miembros haciendo énfasis en el aprovechamiento del mercado potencial que tiene la región Asia-Pacífico, la cual se constituye en una zona dinámica.

El objetivo principal de esta investigación es el de analizar el impacto que tiene el desarrollo de la infraestructura financiera en la competitividad de los países miembros de la Alianza del Pacífico (México, Colombia, Perú y Chile). Con este fin, se realiza un análisis de correlaciones sobre los indicadores de eficiencia financiera de acuerdo con bases de datos propuestas por: Foro Económico Mundial, Fondo Monetario Internacional (FMI), Federación Mundial de Bolsas de Valores y Bureau van Dijk (BvD).

En la primera parte, se efectúa un análisis del marco teórico y estado del arte relacionado con infraestructura financiera y competitividad; en la segunda parte, se analiza el comportamiento de las variables que ponen el pilar de desarrollo del mercado financiero; en la tercera, se realiza un análisis de resultados del estudio de correlaciones y finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones.

En el presente trabajo de investigación, aborda el problema de ¿cuál es el grado de competitividad de los países de la Alianza del Pacífico en materia de infraestructura financiera?

Adicionalmente, la investigación plantea como hipótesis de "si la integración financiera de los países miembros de la Alianza del Pacifico ha generado un robustecimiento y mejoras en la competitividad de la infraestructura financiera".

Para la ejecución del trabajo de investigación se han presentado restricciones en la disponibilidad de series de tiempo con relación a los flujos de capital y fuerza de protección al inversor para periodos anteriores al año 2010.

Este trabajo de investigación permitirá analizar, qué tan competitivos son los países miembros de la Alianza del Pacífico en la infraestructura financiera durante el periodo 2010-2019, revelando la vulnerabilidad o fortalezas a nivel competitivo de cada país. La Alianza del Pacífico tiene como propósito fundamental profundizar la competitividad, la integración económica y el desarrollo entre Colombia, Chile México y Perú, mediante el avance progresivo en materia de la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas (Cortés, 2018).

Recientemente, se ha llevado a cabo un monitoreo permanente de la evolución de indicadores de integración financiera en los países miembros de la Alianza del Pacífico con miras a determinar el balance del acuerdo firmado en abril de 2011 en el que se destaca que el PIB de los cuatro miembros representan el sexto puesto de la economía mundial con el 3.5% del PIB. Los países de la Alianza del Pacífico a diciembre de 2019 en materia de capitalización bursátil alcanzaron USD858 mil millones de Dólares detallados así: Colombia con USD133, Chile con USD206, México con USD 415 y Perú con USD104.

No obstante, una de las principales problemáticas dentro de la región es que existe una permanente restricción del financiamiento, debido a los bajos niveles de ahorro y una insuficiente formación de capital, esto producto de las erradas y poco efectivas políticas económicas. Uno de los aspectos comunes entre los países miembros han sido la debilidad del sistema financiero

para financiar el crecimiento económico en el largo plazo el, la alta volatilidad de sus monedas frente al dólar y la dependiente mediación del Estado; aspectos que afectan la competitividad, y crean la urgente necesidad de implementar políticas que incentiven el ahorro interno y atraigan capital externo (Correa, Déniz y Palazuelos, 2008). Asimismo, para permitir que la infraestructura financiera sea más competitiva se requiere de un soporte macroeconómico que permita dinamizar la economía de cada país generando externalidades, que conduzcan al fortalecimiento dentro de cada sector de la economía y permitan identificar los principales cuellos de botella (Instituto Alemán de Desarrollo, 2002).

El transcurso de renovación del sistema financiero para el caso de los países objeto de estudio, ha estado acompañado por reformas del sistema regulatorio, las cuales han permitido la creación de instituciones dirigidas a la supervisión del sistema financiero y al mejoramiento de su eficiencia en los sistemas de pago.

De acuerdo con Escobar (2011) la infraestructura financiera de un país se encuentra conformada principalmente por sistemas de negociación de instrumentos que faciliten el acceso a los sistemas de financiación y liquidez para los agentes de la economía mediante la creación de mecanismos que permitan asegurar la confianza del inversionista y permitir la transferencia de recursos al sistema productivo. En la actualidad, se requiere un diseño de arquitectura financiera que permita robustecer el sistema financiero, minimizar el riesgo de funcionamiento del sistema bancario y el fortalecimiento de su competitividad.

Existe una evidencia que vincula la importancia que tiene el efecto de la infraestructura física en el sistema financiero en aspectos tales como el acceso al sistema bancario, la disponibilidad de instrumentos de financiación y de inversión en los mercados financieros tanto de corto como de largo plazo, la cantidad disponible de cajeros automáticos, la disponibilidad de los sistemas de transacciones electrónicas, de agentes, de corresponsales bancarios y el acceso al mercado bursátil (CEMLA, 2011).

Correa (2004), muestra la interrelación que existe entre sistemas de información financiera de productos e instrumentos disponibles en el mercado, desarrollo de instituciones financieras y acceso en línea que puedan tener inversionistas para diversificar portafolios en productos con una demanda creciente a nivel global y adaptarse a mercados financieros internacionales con mayores estándares de innovación y competitividad.

De acuerdo con Uribe (2011) y Méndez (2012), existe una tarea prioritaria por parte de los gobiernos de regulación en materia de riesgos financieros, robusteciendo la infraestructura financiera y garantizando la transparencia en el manejo de información financiera para que los agentes económicos del sistema puedan tomar decisiones confiables. Adicionalmente, Cortés y Hernández (2014), presentan una relación entre la organización de sistemas financieros que evalúan y ejecutan la capacidad para asumir la transferencia de recursos dirigidos a sectores productivos, siendo ésta incidente para la evolución de una economía de cada país, su desarrollo y por consiguiente su competitividad.

FitzGerald (2007), considera que las economías se pueden ver impactadas por los componentes inherentes a la intermediación financiera (infraestructura financiera, regulación y agencia), la eficiencia derivada del proceso de intermediación financiera (es decir que la intermediación sea lo menos costoso para los agentes productivos) y por el nivel de intermediación con relación al Producto Interno Bruto (PIB).

Es importante comentar que existen diferentes enfoques de la competitividad, no obstante, pocos autores logran vincular temas de competitividad con la infraestructura financiera:

Para Porter (1990) la mejora en competitividad del sector financiero depende de medidas adoptadas para garantizar un entorno que les permita a los países desarrollar nuevas estrategias. Para mantener las ventajas se requiere mejoramiento continuo de procesos, métodos, técnicas y adopción de tecnologías de punta, así como inversión constante e innovación en empresas del sector.

En este sentido, Porter (2000, p. 23) vincula cinco fuerzas determinantes para alcanzar ventajas frente a los competidores, estas fuerzas son: amenaza de nuevos competidores, poder de negociación de los clientes, amenaza de nuevos sustitutos, poder de negociar con proveedores y rivalidad entre competidores. Es un modelo que permite analizar, dentro del sector al que pertenece la empresa, el nivel de competencia de esta para posicionar el negocio como una referencia competitiva, siendo el sector financiero un referente importante.

Rojas y Sepúlveda (1999), ofrecen una visión antropológica de la competitividad como el elemento que marca la diferencia sobre el grado de avance de la misma entre países.

Para Krugman (1995, pp. 19-20), la competitividad desde el punto de vista de la creación de ventajas competitivas cuando se invierte en infraestructura como la financiera (que facilita el

sistema de transacciones y pagos) y de transporte (que dinamiza el comercio facilita el intercambio de bienes con el resto del mundo de una manera más eficiente).

Lewis (2004), considera que el desarrollo del mercado financiero es determinante para el crecimiento de la inversión y la vinculación de capital nacional con el capital extranjero, por lo cual a su vez permiten ampliar la capacidad que tienen todos los países para desarrollar y competir a través de la infraestructura financiera.

De acuerdo CEPAL (2004, p. 11), la competitividad de un país tiene una relación directa con la productividad y su desarrollo económico-financiero, estableciendo el grado de desarrollo que cada país quiere alcanzar por medio de las tecnologías utilizadas, es decir, para ser más competitivos, se deben focalizar esfuerzos en desarrollos de infraestructura.

Araoz (1998), menciona que la expansión y fortalecimiento de la infraestructura financiera de largo plazo generan un desarrollo dinámico y creciente, creando condiciones para el mejoramiento de la competitividad.

MATERIAL Y MÉTODO

En el desarrollo del presente trabajo se implementaron dos tipos de investigación: la descriptiva y la explicativa. El tipo de estudio fue el cualitativo, por medio del análisis datos de correlaciones de datos históricos a través del periodo comprendido entre 2010 y 2019. Se analizaron las variables de Infraestructura Financiera de los países: México, Colombia, Perú y Chile, mediante la comparación de los índices de competitividad global publicados por Foro Económico Mundial, Doing Business el Banco Mundial.

En el desarrollo de la presente investigación en materia de infraestructura financiera, se analizó la relación entre la capacidad de su innovación tecnológica, el mercado y la gestión de las políticas en materia de infraestructura financiera adoptadas por los países miembros.

A partir de lo anterior, se analizaron variables de desarrollo del mercado financiero, disponibilidad del servicio financiero, acceso a los servicios financieros, financiación por medio del mercado de renta variable local, accesibilidad a los préstamos de forma fácil, disponibilidad de capital de riesgo, solidez bancaria, sistema regulatorio de la bolsa de valores, índice de derechos legales del sistema financiero, capitalización bursátil con respecto al PIB y número de cajeros

automáticos por cada 100 mil habitantes. Las anteriores variables fueron objeto de análisis comparado para determinar qué país es más competitivo en materia de infraestructura financiera.

Los sistemas financieros son considerados como una de las bases esenciales en el entorno económico, cuya finalidad es implementar políticas monetarias, servicios financieros y herramientas que garanticen un óptimo desempeño en las actividades del ciclo económico y social, permitiendo aumentar su competitividad global.

RESULTADOS

En el estudio se han analizaron los pilares relacionados con la infraestructura que permite el desarrollo del mercado financiero y la competitividad, se han tomado las variables que son consideradas como potencializadoras de eficiencia de dicho mercado como son disponibilidad del servicio financiero, asequibilidad de los servicios financieros, financiación a través del mercado de renta variable local, facilidad de acceso a los préstamos, disponibilidad de capital de riesgo, solidez de los bancos, regulación de las bolsas de valores, índice de derechos legales, capitalización en el mercado de empresas nacionales que cotizan en bolsa (como proporción del PIB), y cajeros automáticos (por cada 100.000 adultos) de conformidad con el pilar ocho del Foro económico Mundial y banco mundial. Se llevó a cabo un análisis comparado para determinar qué país es más competitivo, y correlacionadas con variables de competitividad como son Crédito interno del sector privado (% del PIB), Valor total del mercado de valores negociado % del PIB, Depósitos bancarios % del PIB y Concentración bancaria.

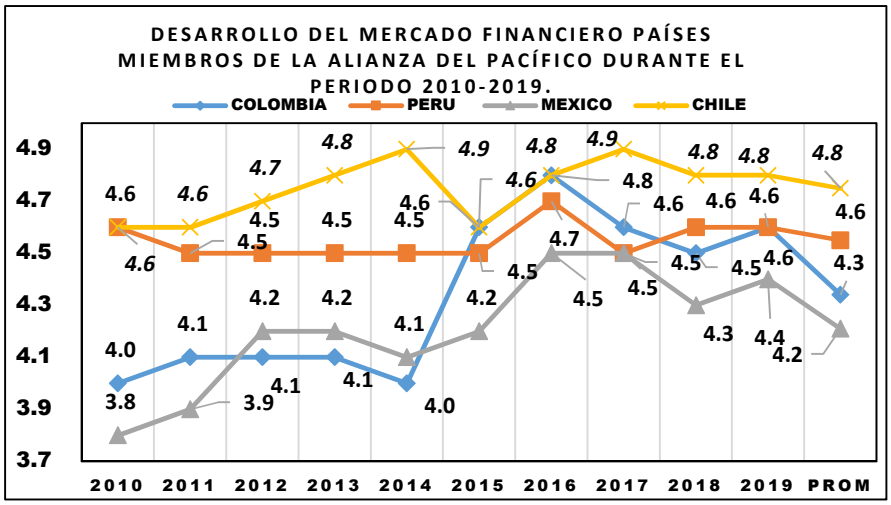
Desarrollo del Mercado Financiero en México, Colombia, Perú, y Chile

Para Sahay (2015) el desarrollo financiero aumenta impulsa el crecimiento económico y permite la movilización de ahorros, el intercambio de información, la asignación de recursos y facilita la diversificación y gestión de riesgos.

Por su parte Manuelito y Jiménez (2010) que el mercado financiero resulta poco eficiente a la hora de estimular el ahorro y la inversión; dichas carencias afectan a las medianas y pequeñas empresas.

Figura 1

Desarrollo del mercado financiero en México, Colombia, Perú y Chile



Nota: Elaboración propia, con base en World Economic Forum (2020).

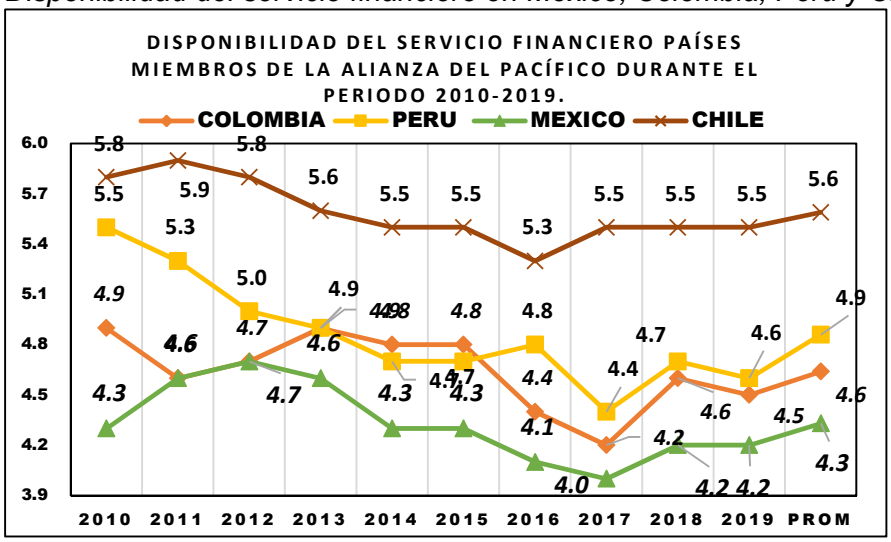
Con un promedio de calificación de 4.8 / 7.0, Chile es el país miembro de la Alianza del Pacífico con más desarrollo del mercado financiero. Al respecto, (Vio, 2017) comenta que Chile es el país que logra minimizar los riesgos del mercado financiero y atraer la confianza de los inversionistas, mediante una infraestructura financiera sólida y robusta.

Perú con una calificación de 4.6 / 7.0 se destaca por un promedio de crecimiento constante de sus fortalezas estructurales, con una política monetaria comprometida con una inflación baja y conducida por un banco central autónomo, lo cual le ha permitido adecuarse a un escenario externo poco favorable, a pesar de los riesgos macroeconómicos internacionales existentes.

México y Colombia son los países más rezagados en el desarrollo del mercado financiero, al registrar 4.2 / 7.0, y 4,3 / 7.0, respectivamente.

Figura 2

Disponibilidad del servicio financiero en México, Colombia, Perú y Chile



Nota. Elaboración propia, con base en World Economic Forum (2020).

La disponibilidad de servicios financieros hace referencia a la presencia de diferentes prestadores bancarios y cada una de sus líneas de negocios como lo puede ser el crédito tradicional, cajeros automáticos, corresponsales bancarios, entre otros.

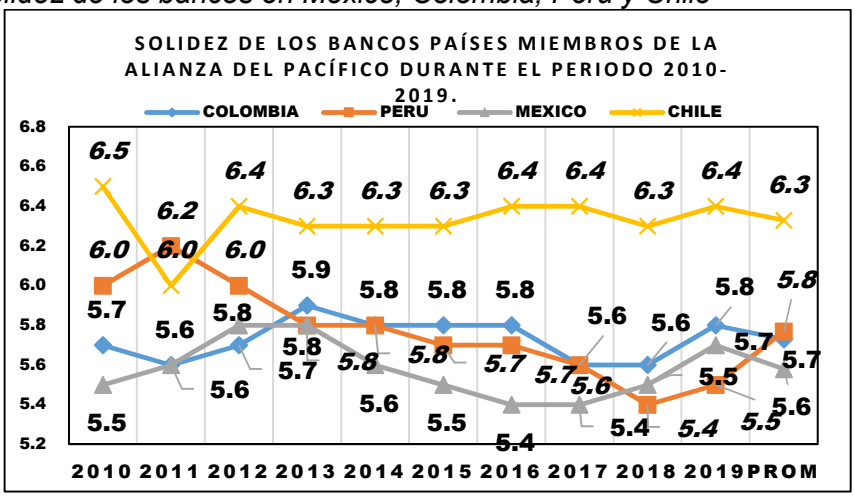
Los países objeto de análisis, presentan un retroceso respecto al acceso y disponibilidad de los servicios financieros. Chile y Perú con un promedio de 5.6 y 4.9 respectivamente, son ejemplo de esfuerzo en esta materia, se incentiva, de parte de la banca comercial, el acceso por medio de corresponsalías y ATMs; Perú, durante el periodo 2012 a 2019, presenta un incremento en el número de puntos de atención del sistema financiero pasando de 163 a 681 puntos por cada 100 mil habitantes entre oficinas, ATMs y cajeros corresponsales (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, República del Perú, 2017).

Los resultados sugieren que colocar a disposición de la población sus servicios no implica un costo mayor para las entidades financieras, por el contrario, mediante terminales tecnologías y corresponsales aumenta el cubrimiento, permitiendo que la población encuentre un mecanismo para el manejo y administración de sus finanzas personales cercano a su lugar de vivienda o trabajo. Sin embargo, aunque los indicadores muestran que se han logrado avances, los niveles de inclusión financiera deben seguirse fortaleciendo, en todos los países, sobre todo en los términos de uso de los servicios financieros en sectores de la población con diferentes ingresos económicos.

Finalmente, México es el país que mayor rezago presenta en materia de disponibilidad de los servicios financieros con una calificación promedio de 4.3/7.0 durante el periodo analizado.

Figura 3

Solidez de los bancos en México, Colombia, Perú y Chile



Nota. Elaboración propia, con base en World Economic Forum (2020).

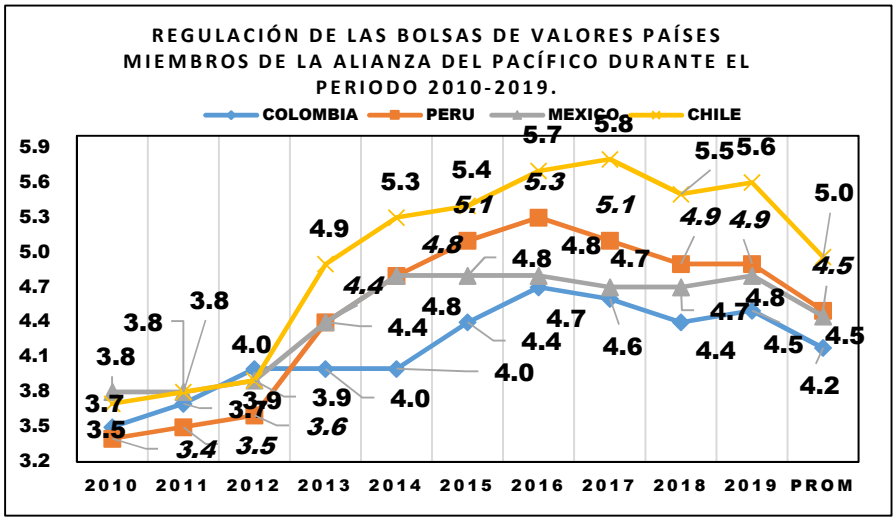
La solidez es medida principalmente por indicadores de solvencia y liquidez, es decir, la facilidad que tiene de la entidad de responder por sus compromisos asociados con un valor del patrimonio que respalda las operaciones.

La banca chilena con un promedio calificación de 6.3 / 7.0 y una variación de -2% se ubica en el primer puesto de los países de estudio, y en el puesto 33 lo ubica el Foro Económico Global. Sus pilares como estabilidad, eficiencia, competitividad, transparencia y acceso, son determinantes en el desarrollo del sistema financiero, y se han ido fortaleciendo sistemáticamente. Perú y Colombia se diputan el segundo lugar en materia de solidez con puntajes promedio de 5.8 / 7.0 y 5.7 / 7.0, respectivamente.

Los clientes con menor riesgo de la región, combinado con un marco legal estable y disciplina fiscal hacen del sector financiero chileno uno de los países más sólidos de la región Latinoamericana. En contraste la banca mexicana es la de menor solidez con una calificación promedio de 5.6 / 7.0.

Figura 4

Regulación de las Bolsas de Valores en México, Colombia, Perú y Chile



Nota. Elaboración propia, con base en World Economic Forum (2020).

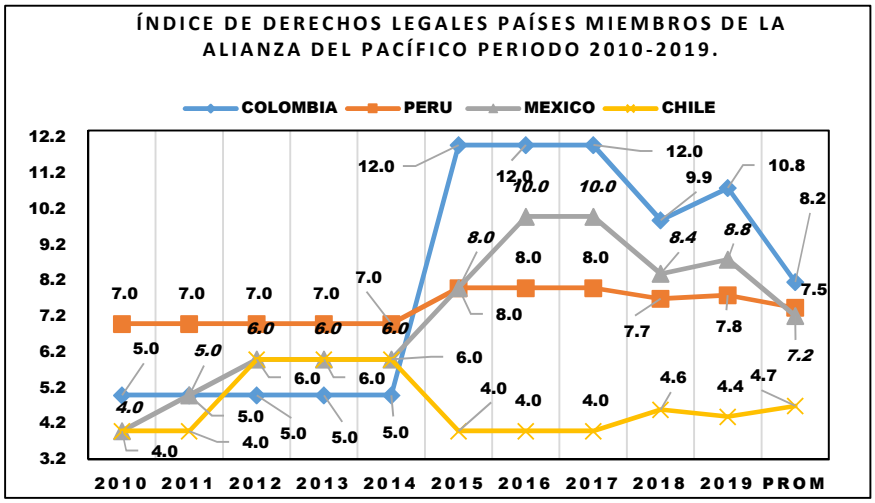
La regulación del mercado de valores es vista como el conjunto de normas y procedimientos que permiten un adecuado funcionamiento del mercado que genera confianza entre cada uno de los agentes que intervienen en él.

Chile con un promedio de 5.0 / 7.0 es el país con mayor regulación de la inversión de mercado de valores, en el año 2011 entró en funcionamiento el Mercado Integrado Latinoamericano –MILA– junto con Colombia, Perú y México como participantes (Bolsa de Santiago de Chile, 2011), lo que ha significado un incremento en la confianza de los inversionistas, ya que la capitalización de los cuatro países puede llegar a sumar 800.000 millones de dólares diarios (Calzada, 2018).

A nivel de regulación del mercado bursátil los países Perú y México se encuentran con promedios de calificación similares de 4.5 / 7.0, además de contar con una amplia variedad de emisores cuentan con una regulación y normativas vigiladas por diferentes Superintendencias, lo que genera más confianza y por ende un aumento en la competitividad de cada país y de la región. Colombia es el país de la Alianza del Pacífico con menor avance en materia de regulación con una calificación promedio de 4.2 / 7.0

Figura 5

Índice de derechos legales en México, Colombia, Perú y Chile

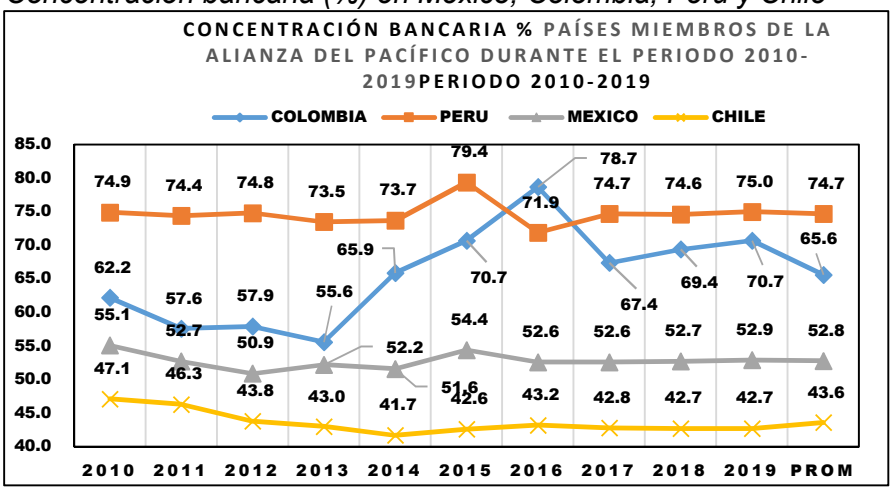


Nota. Elaboración propia, con base en World Economic Forum (2020).

El índice de derechos legales hace referencia a la fortaleza y el grado en que las leyes protegen los derechos de los prestatarios y prestamistas, facilitando el otorgamiento de préstamos. La calificación va desde 0 = débil, hasta 12 = fuerte, siendo Colombia el país con el mayor promedio de calificación de 8.2 /12 lo que sugiere que la normatividad del país ofrece garantías para que sus habitantes puedan acceder a servicios de crédito para establecer negocios, al registrar una propiedad y al pagar impuestos. Por lo anterior, Colombia es líder en la región de acuerdo con el resultado del índice Doing Business del Banco Mundial (Redacción Economía, 2014). Perú es el segundo país con mejor calificación promedio sobre la materia con 7.5 /12 seguida por Chile con 7.2 / 12 y finalmente, México el país con más bajo desempeño en índice de derechos legales con un puntaje de 4.7 / 12.

Figura 6

Concentración bancaria (%) en México, Colombia, Perú y Chile



Nota. Bankscope, Bureau Van Dijk (2020).

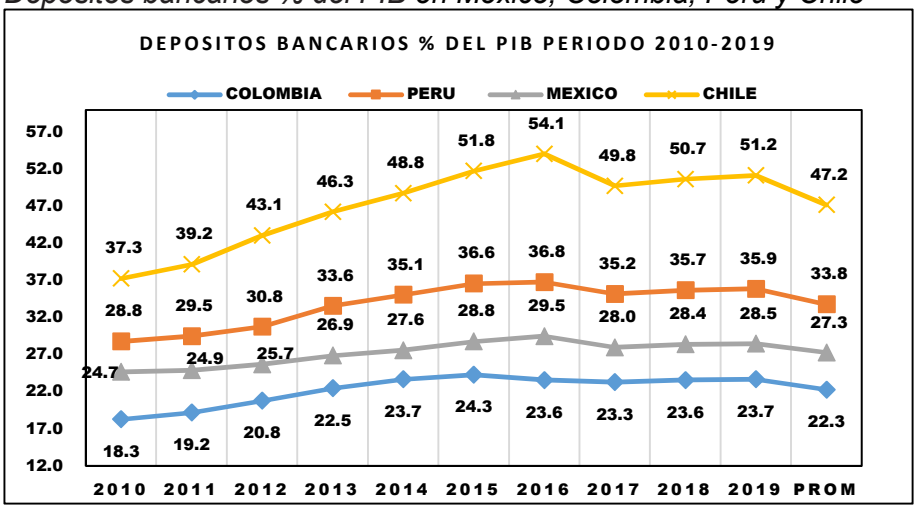
La concentración bancaria se refiere a la distribución de los clientes o usuarios en un determinado número de entidades financieras, es decir, entre mayor sea el número de instituciones menor tiende a ser el indicador de concentración, lo que es una condición favorable para el desarrollo de un ambiente competitivo.

Por el lado de la concentración bancaria, se busca que la misma se disminuya y vincule mayor inversión de capital, con un sistema regulatorio de calidad.

Chile es el país con menor concentración bancaria, con un promedio de 44%, seguida por México con 52.8% y Colombia con un 65.6%; finalmente, Perú es el país con mayor concentración bancaria promedio con un 74.7%. Los pilares de eficiencia, competitividad, ética y acceso han sido determinantes en el desarrollo del sistema financiero chileno, y se han ido fortaleciendo sistemáticamente, por la adopción de un marco legal estable y disciplina fiscal hacen del sector uno de los más fuertes de la región.

Figura 7

Depósitos bancarios % del PIB en México, Colombia, Perú y Chile



Nota. International Monetary Fund (2020).

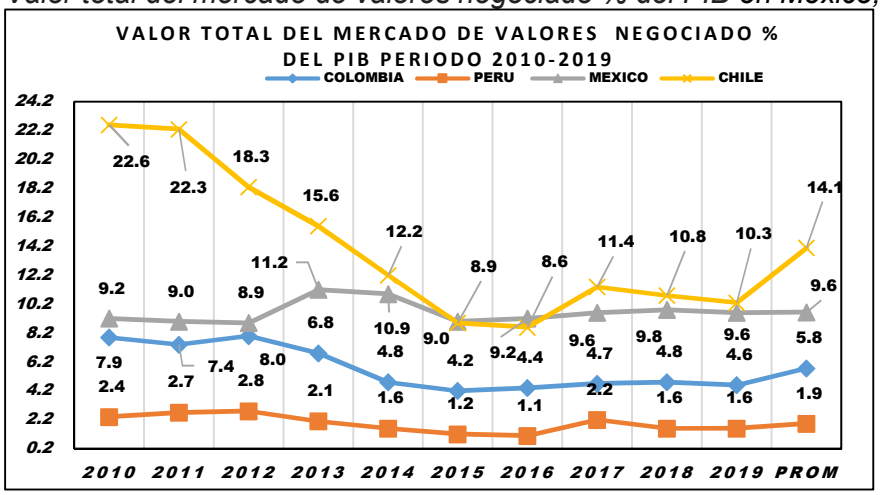
Los depósitos bancarios sobre el PIB dejan ver como resultado un indicador de profundización financiera, entre mayor sea el nivel de ahorro de la economía frente a un PIB estable se puede inferir que el país tendrá mejor capacidad para financiar su crecimiento.

Chile muestra un incremento importante en los depósitos como porcentaje del PIB, con un promedio de 47.2%, lo cual muestra el grado de profundidad de su sistema financiero basado en la confianza del público para realizar sus transacciones, Perú y México con un promedio de 33,8% y 27.3%, más lejanos, también muestran un crecimiento no tan pronunciado en los depósitos bancarios cómo % del PIB. Colombia es el país más rezagado con un promedio de 22.3% y además muestra un estancamiento lo que muestra poca confianza en el público para facilitar el acceso a los servicios financieros.

Los resultados de estudio, contrastan con los hallazgos presentados en el estudio de correlación de Morales (2006) los cuales sugieren que una mayor regulación del sistema financiero es consistente con la caída en la profundidad bancaria y disminución de las actividades bancarias. De igual forma, Morales (2006) señala que un sistema bancario con mayor profundidad permite que los usuarios del sistema presenten mayor acceso a servicios de intermediación financiera y a costos de créditos más bajos.

Figura 8

Valor total del mercado de valores negociado % del PIB en México, Colombia, Perú y Chile



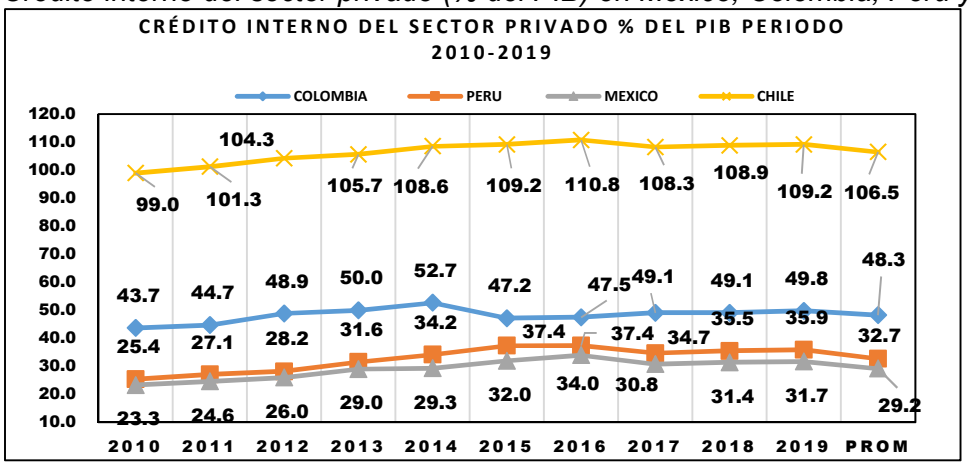
Nota. World Federation of Exchanges (2020).

Chile con un promedio de 14% del mercado de valores negociados con respecto al PIB, muestra un desarrollo ascendente de los títulos valores y una solidez del mercado bursátil tanto en renta fija como variable que se refleja en la rentabilidad y eficiencia del sector, sinónimo de que las empresas presentan mayor capitalización bursátil. México con un promedio de 9.6% puntos y Colombia con 6.0% del mercado de valores negociado cómo % del PIB respectivamente. Los resultados sugieren que dichos países no han logrado que su sector bursátil transmita a la población la confianza suficiente para crecer y permitir encontrar un mayor acceso a los mercados de capitales. Perú con promedio de 2.0 puntos del mercado de valores negociado % del PIB, es muy insipiente y poco desarrollado que requiere en su proceso ganar confianza. En general se observa que en los países objeto de estudio existe escaso uso de los instrumentos de financiación de largo plazo disponibles en el mercado de capitales, ya que existe un rezago considerable en el segmento de bancarización frente al mercado no intermediado (Manuelito y Jiménez, 2010).

Se podría decir que, estos países deben propiciar un ambiente interno de estímulo a la inversión en mercados de valores que generen un crecimiento del PIB de las economías de la Alianza del Pacífico.

Figura 9

Crédito interno del sector privado (% del PIB) en México, Colombia, Perú y Chile.



Nota. Indicadores del desarrollo mundial (WDI), The World Bank (2020).

De acuerdo con el (Fondo Monetario Internacional, 2007) las políticas macroeconómicas se vuelven más confiables y se acrecienta la credibilidad de los bancos centrales, manteniendo una inflación baja y estable, se incrementa la demanda de los servicios financieros. Mientras un mercado financiero crece, se amplía la capacidad de crédito y se genera un mayor crecimiento económico, lo cual puede ser evidenciado mediante el uso de indicadores que permitan considerar eficiencia o profundización, en este caso, es posible determinar niveles de profundización financiera mediante la relación del crédito interno sobre el PIB.

Existe una marcada diferencia entre Chile y los demás países de estudio, Chile con 106.5 % del crédito interno del sector privado cómo porcentaje del PIB, al poseer un gran número de entidades financieras y bancos comerciales, profundizando la bancarización y democratizando el crédito en especial el privado garantizando por una óptima cobertura geográfica. Mientras Colombia, Perú y México todavía están en proceso de profundizar sus servicios de bancarización lo cual se ve reflejado en un nivel de profundización inferior al 50% del PIB, la baja participación del crédito interno se traduce en restricciones del portafolio de servicios para satisfacer la demanda disminuyendo el acceso a los productos de colocación para todos los sectores de la economía, disminuyendo la competitividad y la sostenibilidad en la economía del país.

Análisis de correlaciones

Teniendo en cuenta los indicadores expuestos anteriormente y de conformidad con el método que usa este trabajo de investigación, se procederá a mostrar los cálculos de las correlaciones realizadas y su respectiva la discusión alrededor de estos resultados.

Disponibilidad del servicio financieros vs. concentración bancaria (%)

Colombia, México y Perú presentan una correlación negativa entre la concentración bancaria y la disponibilidad de los servicios financieros, es decir, que la mayor concentración, no ha beneficiado la disponibilidad del sistema financiero. Por otra parte, Chile muestra una correlación positiva y significativa, que indica una mayor disponibilidad en sus servicios financieros en la medida en que disminuye la concentración bancaria.

Tabla 1
Coeficiente de correlación periodo 2010-2019

Variable	Colombia	Perú	México	Chile
Coeficiente de correlación	-0.51	-0.09	-0.34	0.77

Nota. Elaboración propia.

Depósitos bancarios % del PIB vs. solidez de los Bancos

Chile y Colombia presentan una correlación positiva, siendo significativa para este último, lo cual puede obedecer a su sistema de regulación. Por otra parte, México presenta una correlación negativa y moderada entre depósitos bancarios como porcentaje del PIB frente a la solidez de los bancos; en tanto que, Perú presenta una correlación negativa más marcada.

Tabla 2
Coeficiente de correlación periodo 2010-2019

Variable	Colombia	Perú	México	Chile
Coeficiente de correlación	0.36	-0.66	-0.38	0.20

Nota. Elaboración propia.

Crédito interno del sector privado (% del PIB) vs. desarrollo del mercado financiero

El Crédito interno del sector privado como % del PIB frente al desarrollo de los mercados financieros, presenta una correlación positiva fuerte en Chile. En Perú y Colombia, la correlación es débil, lo cual se refleja poca dinámica del crédito interno privado en el desarrollo del sistema financiero; a diferencia de México, que presenta una correlación negativa y muy significativa lo que sugiere que el desarrollo del mercado financiero no está relacionado por el crédito interno privado.

Tabla 3
Coeficiente de correlación periodo 2010-2019

Variable	Colombia	Perú	México	Chile
Coeficiente de correlación	0.06	0.28	-0.87	0.64

Nota. Elaboración propia.

Índice de derechos legales en el sistema financiero vs. depósitos bancarios % del PIB

El índice de derechos legales en el sistema financiero y los depósitos bancarios % PIB, en Colombia, Perú y México, presentan una correlación positiva fuerte, posiblemente porque la legislación del sistema financiero ha venido avanzando en cuanto a su aplicación, lo cual afecta positivamente los depósitos bancarios dentro de sus economías. En cambio, Chile muestra una correlación negativa débil, tal vez porque tiene, desde hace más de una década, establecidos los derechos legales por lo que su efecto sobre los depósitos ya no es tan fuerte.

Tabla 4
Coeficiente de correlación periodo 2010-2019

Variable	Colombia	Perú	México	Chile
Coeficiente de correlación	0.69	0.84	0.89	-0.07

Nota. Elaboración propia.

Facilidad de acceso a los préstamos vs. crédito interno del sector privado (% del PIB)

La correlación entre el crédito interno del sector privado (% del PIB) y facilidad de acceso a los préstamos se muestra positiva fuerte en las economías como Chile y México que se han mostrado más abiertos a la inversión en el sector privado. Perú muestra una correlación positiva y moderada, eventualmente porque su mercado financiero empieza abrirse al crédito en el sector privado. Finalmente, Colombia muestra una correlación negativa y débil, lo que sugiere que en mercado de crédito privado el acceso a los préstamos es más restringido.

Tabla 5
Coeficiente de correlación periodo 2010-2019

Variable	Colombia	Perú	México	Chile
Coeficiente de correlación	-0.01	0.37	0.65	0.59

Nota. Elaboración propia.

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

Los países miembros de la Alianza del pacífico, Morales (2006), presentan distintos retos en cuanto al desarrollo y el progreso sostenible de la competitividad financiera.

Chile es un país que se destaca por un comportamiento sobresaliente durante el periodo 2010-2019 en las variables estudiadas, siendo la disponibilidad de capital de riesgo, solidez bancaria y desarrollo del mercado financiero, los pilares con mejor promedio.

En la Alianza del Pacifico es el país con mayor profundización en su infraestructura financiera lo cual lo convierte en el miembro más competitivo de la alianza.

Colombia se ubica en tercer lugar en competitividad del sector financiero, factores como la debilidad y falta de confianza en el desarrollo del mercado financiero, la falta de disponibilidad y asequibilidad de los servicios financieros, la disminución de inversión en Venture Capital, entre otros pilares, lo califican como un país poco competitivo.

En el caso de México, es la economía con menor calificación dentro de la alianza, factores como falta de facilidad en la obtención de créditos, baja solidez financiera de los bancos y poco desarrollo en el índice de derechos legales, se requiere fortalecimiento de los factores de la competitividad de la infraestructura financiera en el país.

En el caso de Perú, es la segunda economía en competitividad del sector financiero en la Alianza, es de esperarse que la política y regulación bancaria se encamine a cerrar las brechas en el acceso a los servicios financieros dentro de la población, aumento de la inversión pública con el fin de fortalecer la confianza no solo interna, sino también de capital extranjero y permitir la existencia de mayor inversión en capital de riesgo en el país.

A pesar que los países de la Alianza del Pacífico han logrado avances significativos en materia de desarrollo del mercado financiero, existen algunas variables como la disponibilidad de servicios financieros, que ha retrocedido en los países objeto de este estudio. A mayor concentración bancaria menor es la disponibilidad o acceso a servicios financieros excepto en el caso de Chile. Se observó que los depósitos bancarios respecto al PIB, no están explicados por la solidez de los bancos, pero sí se incrementan cuando existen derechos legales bien definidos. Finalmente, la facilidad de acceso al crédito tiene una relación positiva con la profundización financiera, salvo el caso de Colombia.

Los países de la Alianza del Pacífico, se deberían reducir los trámites y costos de los procesos administrativos a la hora de acceder a un crédito, fortalecer los derechos legales de los prestamistas y prestatarios, con el fin de generar una banca más confiable para todos los sectores de la población.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Araoz, M. (1998). La integración como instrumento para incrementar la competitividad en un mundo globalizado: perspectivas en la Comunidad Andina. Montevideo, Uruguay: CEFIR.

Bolsa de Santiago de Chile. (2011). Historia: Bolsa de Santiago de Chile. http://www.bolsadesantiago.com/RelacionInversionistas/Paginas/Historia.aspx

Bureau Van Dijk. (abril de 2020). https://www.bvdinfo.com/en-gb/our-products/data/international

Calzada, H. (21 de junio de 2018). ¿Cuál es el comportamiento de la inversión en America Latina y en Chile?-Blogs. Obtenido de https://www.rankia.cl/blog/analisis-ipsa/3942077-cual-comportamiento-inversion-america-latina-chile

CEMLA. (3 de septiembre de 2011). Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos: http://www.cemla.org/PDF/boletin/PUB_BOL_LVII03.pdf

CEPAL. (2004). CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5132/S045402_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Correa, E. (2004). Reformas financieras en América Latina: moneda e instituciones para el desarrollo. Rio de Janeiro.

Correa, E., Déniz, J. & Palazuelos, A. (2008). América Latina y Desarrollo Económico. Estructura, inserción externa y sociedad. Madrid - España: Ediciones Akal, S. A.

Cortés, V. R. A. & Hernández, L. Y. (2014). Impacto del desarrollo del sistema financiero en el crecimiento económico en países emergentes durante el periodo 2001-2011. Equidad y desarrolo, 99-120.

Cortés, V. R. A. (2018). ¿Qué tan competitivos son los países miembros de la Alianza del Pacífico en infraestructura de transporte? *Revista EAN*, 143-162.

Escobar, J. D. (2011). Cómo la infraestructura financiera puede mitigar la fragilidad sistemática. *Revista Banco de la República,* 9.

FitzGerald, V. (2007). Desarrollo financiero y crecimiento económico: Una visión crítica. Principios, 20-24.

Instituto Alemán de Desarrollo. (2002). América Latina competitiva. Desafíos para la economía, la sociedad y el Estado. Caracas- Venezuela: Nueva Sociedad.

International Monetary Fund. (mayo de 2020). International financial statistics. https://data.imf.org/?sk=4c514d48-b6ba-49ed-8ab9-52b0c1a0179b

Krugman, P. (1995). Competividad: una peligrosa obsesión. *Revista Ensayos de Economía, 6*(9-10), 19-20. https://revistas.unal.edu.co/index.php/ede/issue/view/2242

Lewis, W. W. (2004). The University of Chicago Press. http://press.uchicago.edu/Misc/Chicago/476766.html

Manuelito, S. & Jiménez, L. F. (2010). Los mercados financieros en America Latina y el financiamiento de la inversión: hechos estilizados y propuestas para una estrategia de desarrollo. Santiago de Chile: CEPAL Serie Macroeconomía del Desarrollo, 107.

Méndez, J. P. (2012). Estudio comparativo de algunos sistemas financieros en América Latina. Documentos de investigación Universidad Central, 79.

Morales, L. (2006). La bancarización en Chile. Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras - Chile.

Porter, M. (1990). La ventaja competitiva de las naciones. Buenos Aires, Argentina: Editorial Vergara.

Porter, M. E. (2000). Estrategia competitiva. México: Grupo Editorial Patria.

Redacción Economía. (28 de octubre de 2014). Colombia, nuevo líder regional en el índice Doing Business del Banco Mundial. https://www.elespectador.com/noticias/economia/colombia-nuevo-lider-regional-el-indice-doing-business-articulo-524740

Rojas, P. & Sepúlveda, S. (1999). Que es la Competitividad. San José de Costa Rica: Serie Cuadernos Técnicos .

Sahay, C. D. (2015). Rethinking financial deepening stability and growth in the emerging market. Washington: IMF.

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. República del Perú. (2017). Perú: Reporte de Indicadores de Inclusión Financiera de los Sistemas Financiero, de Seguros y de Pensiones.

The World Bank. (abril de 2020). DataBank. https://databank.worldbank.org/

Uribe, J. D. (2011). Lecciones de la crisis financiera de 2008: cómo la infraestructura financiera puede mitigar la fragilidad sistémica. Bogotá D.C.: Banco de la República.

Vio, C. (19 de enero de 2017). Hacia un mercado financiero de clase mundial. https://www.elmostrador.cl/mercados/2017/01/19/hacia-un-mercado-financiero-chileno-de-clase-mundial/

World Economic Forum. (2020). How countries are performing on the road to recovery. Geneva: World Economic Forum.

World Federation of Exchanges. (agosto de 2020). Statistics. https://www.world-exchanges.org/our-work/statistics

Estudio de las Prácticas Disciplinares de la Contabilidad de Costos Caso Estudio: Las Pymes del Ecuador Sector Alimenticio

Study of Disciplinary Practices of Cost Accounting Case Study: Smes in Ecuador in the Food Sector

Falconí, Mónica*, Soto Aguirre, Neirys**

*Magister en Auditoría Integral. Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE), Latacunga, Ecuador. Candidato a Doctor del programa en Ciencias Económicas y Sociales, Universidad de Carabobo (UC), Valencia, Venezuela. Email: monyfalconiclp@yahoo.com, ORCID: https://orcid.org/0000-0001-7961-7246.

**Doctora en Ciencias Económicas y Sociales. Universidad de Carabobo (UC), Venezuela. Profesora Asociado Dedicación Exclusiva de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FaCES-UC). Investigadora del Centro de Investigación de Sociedad, Economía y Transcomplejidad (CISET-FaCES-UC). Investigador Nacional PEII-ONTIC. Email: neiso05@gmail.com, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-8942-7304.

Correo para recibir correspondencia: neiso05@gmail.com

Fecha de recibido: 28 de junio de 2022 **Fecha de aceptación:** 19 de octubre de 2022

RESUMEN

OBJETIVO: Estudiar desde la praxis gerencial de las Pymes, el uso de la contabilidad de costos y las prácticas disciplinares que le convergen.

MATERIAL Y MÉTODO: Para lograr este artículo, se llevó a cabo un estudio exploratorio de carácter descriptivo en 2022, con la intención de entender la realidad estudiada desde el contexto local en Ecuador, se emplearon los métodos descriptivo y analítico; la población estuvo conformada por 25 Pymes del sector alimenticio del Catón de Latacunga. Se utilizó como instrumento la encuesta, el cual fue aplicado mediante un formulario en *Google drive,* y fueron dirigidas a los directivos y gerentes de las organizaciones.

RESULTADOS: Se obtuvieron hallazgos de cada una de las practicas disciplinar: Contabilidad, Gestión y Finanzas, posteriormente, se realizó un análisis comparativo con artículos científicos relacionados con la gestión contable-financiera de las Pymes del Ecuador.

CONCLUSIÓN: Se planteó, que la interrelación de estas prácticas disciplinares dentro de la contabilidad de costo produce el sentido contable-financiero tanto de modos procedimentales como de acciones estratégicas, asimismo se validó cada una de las prácticas disciplinares tanto en la praxis como en el ámbito científico, demarcándose las oportunidades y necesidades que cada una de estas le ofrece a la gestión financiera-contable.

PALABRAS CLAVE: Contabilidad. Costos. Gestión. Finanzas. Pymes.

ABSTRACT

OBJECTIVE: To study from the managerial praxis of SMEs, the use of cost accounting and the disciplinary practices that converge.

MATERIAL AND METHOD: To achieve this article, an exploratory descriptive study was carried out in 2022, with the intention of understanding the reality studied from the local context in Ecuador, descriptive and analytical methods were used; the population was made up of 25 SMEs from the food sector of Catón de Latacunga. The instrument used was *a survey*, which was applied through a form in Google drive, and sent to the directors and managers of the organizations.

RESULTS: Findings were obtained from each of the disciplinary practices: Accounting, Management and Finance, later a comparative analysis was carried out based on scientific articles related to the accounting-financial management of SMEs in Ecuador.

CONCLUSION: It was stated that the interrelation of these disciplinary practices within cost accounting *produces* the accounting-financial sense *of both* procedural modes *and* strategic actions, and each of the disciplinary practices was validated in the praxis and in the scientific field; revealing the opportunities and needs that each of these disciplines offers to the financial-accounting management.

KEY WORDS: Accounting. Costs. Management. Finance. SMEs.

INTRODUCCIÓN

Mediante la contabilidad de costos, se averiguan los valores de los recursos utilizados, y todas las técnicas empleadas están destinadas a ordenar la información monetaria de tal forma que se proporcione a la gestión la indicación más clara posible en relación con su actividad económica y con la dirección en la que debe ir si dese mejorar su eficiencia económica (Harper, 1982). De manera que, con base en un sistema de costos se puede determinar los valores de los recursos utilizados en un proceso de producción lo que permitirá conocer a cuanto debemos ofrecer nuestro producto o nuestro servicio para obtener rentabilidad y si no se cuenta con este conocimiento, se estaría en el riesgo de obtener pérdida y posiblemente hasta el cierre de la empresa.

Por otra parte, la Contabilidad se fundamenta en la ciencia multiparadigma (Altahona, 2009), y lo mismo ocurre con la Contabilidad de Costo, al ser una disciplina dentro de la Contabilidad, en este sentido, contempla sus prácticas disciplinares dentro del campo de la economía, así como confluye con el campo de las Ciencias Sociales (Mantilla, 2000; Calvo, 2007; Olier, Gallego y Mesa, 2013). Asimismo, se involucra también en el proceso de la gestión organizacional, al proporcionar información para la planificación, la toma decisiones y el control (Backer, Jacobsen y Ramírez, 1988). En relación a esto, Amat y Soldevila (1998) explican que la Contabilidad de Costo como subsistema dentro del sistema de información financiera, abarca los detalles

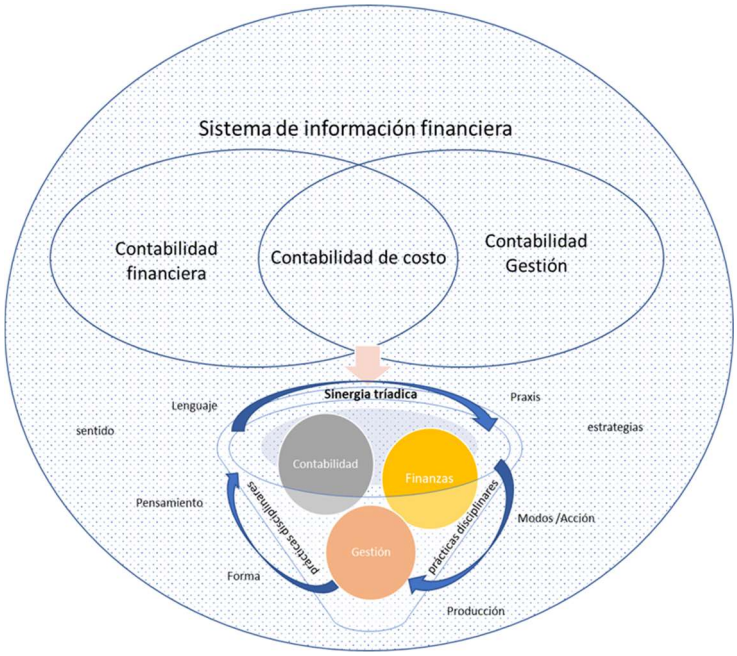
contables, financieros y de gestión, referentes a la manipulación de los costos de producción para la determinación del costo unitario de los productos.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, se puede identificar en esta contabilidad sustentado en el conocimiento y la praxis, las siguientes prácticas disciplinares:

I. Contabilidad: Se asocia con el registro contable de la información.
II. Financiera/Finanzas: Con base en la búsqueda y revelación información de datos financieros relativos a los costos.
III. Gerencia/Gestión: Mediante la determinación del uso de los recursos (eficiencia) base fundamental para la evaluación y planificación de las decisiones gerenciales.

En suma, esquemáticamente, se visualizan dichas prácticas disciplinares dentro de la contabilidad de costos de la siguiente manera:

Figura 1
Prácticas disciplinares que convergen en la contabilidad de costo



Nota. Elaboración propia a partir de Amat y Soldevila (1998).

Es preciso hacer constar que, al comprender cada una de las prácticas disciplinares de la Contabilidad de Costo, la gerencia podrá gestionar produciendo sentido contable-financiero, de modos procedimentales como de acciones estratégicas con base en el lenguaje, la forma, los

modos de acción y producción de la información, de allí, el propósito de este artículo al identificar en la *praxis* gerencial de las Pymes, el uso de la Contabilidad de Costos y sus prácticas disciplinares.

Cabe destacar que, la economía cambió a partir de la aparición del COVID-19 y con un fuerte impacto en las emergentes, generándose impactos considerables, tanto en la demanda como en la oferta de los productos, trasladando su efecto en toda la cadena de suministro hasta llegar al consumidor final (Banco Mundial, 2020), a nivel contable se evidenció afectaciones, tanto económicas como sociales, por ejemplo, se presentó la dificultad para cubrir tanto costos fijos como variables (Rodríguez y López, 2021).

Considerando lo antes planteado, hoy día, se han instaurado grandes cambios, de allí que las organizaciones empresariales han tenido que reinventarse con base en la gestión estratégica de sus operaciones, siendo particularmente, relevante el uso de la Contabilidad de Costos como andamiaje en la gestión financiera prospectiva de las empresa, puesto que, se encarga del registro, control y verificación de procesos con la finalidad de determinar la cuantía generada al realizar un producto o servicio (Cedeño, Laje y Molina, 2019). De forma que, es relevante potenciar el dinamismo de esta Contabilidad, mediante la activación sinérgica de cada una de las prácticas disciplinares que posee: contabilidad-gestión-finanzas, fundamentado en los costos.

MATERIAL Y MÉTODO

Se realizó a través de un estudio exploratorio de carácter descriptivo en 2022, con la intención de entender la realidad estudiada desde el contexto local en Ecuador, dado que, con este tipo de instrumento, de acuerdo a Vieytes (2004) se pueden “identificar dimensiones del problema de investigación” (p. 329), con el fin de conocer las necesidades emergentes acerca de la situación descrita. En esta investigación, se emplearon los métodos descriptivo y analítico, esto implicó la determinación de cada una de las practicas disciplinares de la Contabilidad de Costos dentro de la gerencia de las Pymes. La población estuvo conformada por 25 de las Pymes del sector alimenticio del Catón de Latacunga, registradas en la Superintendencia de Compañías; se utilizó el instrumento de la encuesta, con base en un cuestionario de 42 preguntas de tipo cerradas de Si y No, el cual fue aplicado mediante un formulario en *Google drive*, las encuestas fueron dirigidas a los directivos y gerentes de las organizaciones, se trabajó una muestra de 16 empresas de 25, no se usaron todas, debido a que se descartaron las que no completaron el llenado del instrumento. Asimismo, se realizó una discusión descriptiva de los resultados mediante un

análisis comparativo, con artículos previos relacionados con la gestión contable-financiera de las Pymes del Ecuador, a fin de identificar las prácticas disciplinares dentro de la literatura reciente.

Coeficiente de Kuder y Richardson

Se utilizó la prueba de validación de fiabilidad de respuestas de los instrumentos de recolección de datos, mediante el cálculo de Kuder y Richardson, ese que sugiere Sampieri (2014), dado que, se les aplica a instrumentos de alternativas de respuesta dicotómicas de Si y No, utilizando la siguiente fórmula:

$$\text{KR (20)=} \quad \left(\frac{k}{k-1}\right) \; 1 - \frac{\sum p.q}{\delta}$$

Donde:

K= nro de preguntas
δ = varianza total
$\sum p \,.\, q$ = suma de p x q
p = promedio positivo "si"
q= promedio negativo "no"

En este orden de ideas, los resultados para cada valor son los siguientes:

K= nro de preguntas	**42**
δ **= varianza total**	**64,808**
$\sum p \,.\, q$ **= suma de p x q**	**4,95**
p = promedio positivo "si"	**32,15**
q= promedio negativo "no"	**9,85**

$\left(\frac{k}{k-1}\right)$ **1,0244**

$1 - \frac{\sum p.q}{\delta}$ **0,9237**

KR (20)= 0,95	**95%**	**Muy alta confiabilidad**

Interpretación del Coeficiente de Confiabilidad

Rangos	Coeficiente
Muy Alta	0,81 a 1,00
Alta	0,61 a 0,80
Moderada	0,41 a 0,60
Baja	0,21 a 0,40

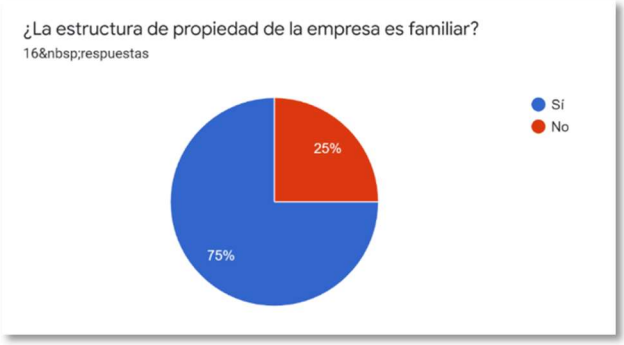
El resultado en este caso fue: KR= 0,95 (95%) que significa muy alta confiabilidad; de manera que, el instrumento utilizado asegura fiabilidad, en otras palabras, la información que presenta es confiable en términos de la distribución normal (Anexo 2).

RESULTADOS

A partir de los hallazgos encontrados, se perfilaron las categorías de análisis y se identificaron las dimensiones del objeto de estudio, tal como sigue:

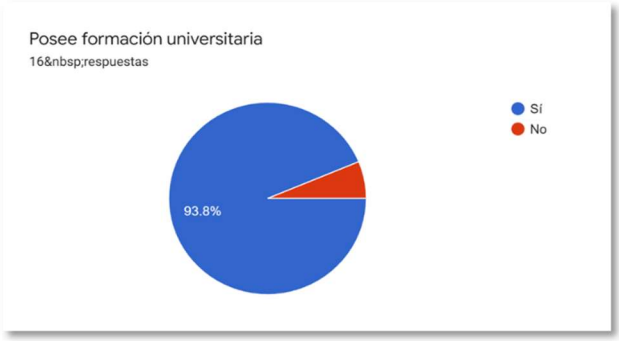
De las 16 Pymes del sector alimenticio del Catón de Latacunga, la estructura de propiedad de la empresa se caracteriza por ser familiar en un 75% (Figura 1), siendo oportuno mencionar que, en un 93.8% son gerenciadas o administradas financieramente por profesionales en el área con formación universitaria (Figura 2).

Figura 1
Hallazgos del estudio exploratorio con respecto a la estructura de propiedad de la empresa



Nota. Elaboración propia, 2022.

Figura 2
Hallazgos del estudio exploratorio con respecto a la formación universitaria



Nota. Elaboración propia, 2022.

En cuanto a los resultados, de acuerdo al uso de las prácticas disciplinares dentro de la Contabilidad de Costo, se puede mencionar que:

Con respecto a la práctica disciplinar de contabilidad dentro de la Contabilidad de Costo:

De acuerdo a la Tabla 1, las empresas manifestaron disponer de un sistema de contabilidad (100%), de hecho, afirman conocer en un 100% que es la Contabilidad de Costo, cabe destacar, que consideran indispensable los datos acerca de la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación (100%), así como también desean aprovechar en un 100% el uso de la información que le brinda esta contabilidad para la toma de decisiones, sin embargo, solo el 93.8% utiliza el sistema de Contabilidad de Costos para determinar los precios de venta, de hecho, la segregación de los costos de producción en directo e indirectos es realizada en un 93.8%, aunque en realidad, solo el 68.8% de estas Pymes aplican el sistema de costeo, es oportuno mencionar, que solo 62.5% de estas empresa posee en el sistema de contabilidad, un subsistema de contabilidad de costos. Entre los subsistemas de Contabilidad de Costos que predomina, se encuentran:

- Sistema de órdenes de producción (es el sistema más utilizado en un 33% de las empresas).
- Por centros de costo.
- Costo histórico.
- *Asinfo Software ERP.*
- Promedio.

Es de hacer notar que, la gerencia está dispuesta a capacitarse en contabilidad de costo, dado que, esta contempla las competencias disciplinares de contabilidad, finanzas y gestión (93.8%), ya que, consideran que la información contable les otorga potencial para su gestión empresarial (93.8%), además que representa uno de los medios a través de los cuales lo evalúan las instituciones financieras cuando solicitan financiamiento (93.8%).

Tabla 1
Hallazgos del estudio exploratorio con respecto a la práctica disciplinar de la Contabilidad, dentro de la Contabilidad de Costo según las respuestas de los encuestados

Hallazgos del estudio exploratorio	% Respuesta "Si"	% Respuesta "No"	Total
Con respecto a la posesión de un sistema de contabilidad.	100	0	100
Con respecto al conocimiento sobre lo que es la Contabilidad de Costo.	100	0	100
Sobre la necesidad de los datos con respecto a la utilización de materia prima.	100	0	100
Sobre la necesidad de los datos con respecto a la utilización de mano de obra.	100	0	100
Sobre la necesidad de los datos con respecto a la utilización de los costos indirectos de fabricación.	100	0	100
Sobre el uso de la información que ofrece la Contabilidad de Costos.	100	0	100
Sobre la utilización del sistema de contabilidad de costos para determinar los precios de venta.	93,8	6,2	100
Sobre la separación los costos de producción en directo e indirectos.	93,8	6,2	100
Sobre la aplicación del sistema de costeo.	68,8	31,2	100
Sobre la tenencia de un subsistema de contabilidad de costo dentro del sistema de contabilidad.	62,5	37,5	100
Sobre la disposición para la capacitación en Contabilidad de Costo, dadas las competencias disciplinares que contempla.	93,8	6,2	100
Sobre el potencial que otorga la información contable a la gestión empresarial.	93,8	6,2	100
Sobre el uso de la información contable como medio de evaluación que utilizan las instituciones financieras.	93,8	6,2	100

Nota. Elaboración propia.

En cuanto a la práctica disciplinar de la gestión o gerencia dentro de la Contabilidad de Costo el resultado, fue el siguiente:

Los hallazgos revelados en la Tabla 2, expresan que los encuestados están totalmente de acuerdo (100%) con respecto a que los sistemas de información contable son una herramienta para la gestión integral de las Pymes, sin embargo, el uso de la data contable para el análisis de tendencias en el tiempo tanto de materia prima, mano de obra como de costos indirectos lo efectúan de manera limitada, es decir, solo es realizado por un 43.8% de las empresas.

Asimismo, los encuestados comentaron que, en el proceso de toma de decisiones, consideran la información que suministra la Contabilidad de Costo en un 87.5%, puesto que, la consideran relevante y necesaria durante la evaluación de las diferentes alternativas a escoger (68.8%).

En efecto, consideran que los datos contables les permiten establecer los resultados de la gestión (81.3%); no obstante, solo el 50% de los encuestados realiza seguimiento del desempeño empresarial mediante la aplicación de indicadores financieros en apoyo a la gestión empresarial, el 43.8% estudia la gestión contable con miras a conocer la efectividad que están alcanzando en

el desarrollo empresarial, y la evaluación de la gestión con base en la contabilidad de costo la realizan solo un 31.3% de estas empresas. Otra característica que se presenta es, que solo el 62.5% de estas Pymes aplican clasificación de los sistemas de costeo, siendo la más utilizada las órdenes de producción en un 31.25%.

Ahora bien, los gerentes reconocen que la función contable puede utilizarse como apoyo para las proyecciones de crecimiento futuro de la empresa (100%), asimismo, consideran importante el uso de los sistemas de información y gestión financiera con base en la contabilidad de costos para la toma de decisiones (100%), dado que, es fundamental la determinación del costo de la cadena de valor del producto (100%), de hecho, reconocen que el análisis de los datos de la Contabilidad de Costos pueden ayudar a establecer estrategias que mejoren su situación financiera (100%).

Tabla 2

Hallazgos del estudio exploratorio con respecto a la práctica disciplinar de la gestión o gerencia dentro de la contabilidad de costos según las respuestas de los encuestados

Hallazgos del estudio exploratorio	% Respuesta "Si"	% Respuesta "No"	Total
Sobre los sistemas de información contable como una herramienta para la gestión integral de las Pymes.	100	0	100
Sobre el análisis de la tendencia en el tiempo de la utilización de la materia prima.	43,8	56,2	100
Sobre el análisis de la tendencia en el tiempo de la utilización de la mano de obra.	43,8	56,2	100
Sobre el análisis de la tendencia en el tiempo de la utilización los costos indirectos.	43,8	56,2	100
Sobre el proceso de toma de decisiones, ustedes consideran la información que suministra la contabilidad de costo.	87,5	12,5	100
Sobre la toma de decisiones sin evaluar información de la Contabilidad de Costos.	68,8	31,2	100
Sobre los datos contables y los resultados de la gestión.	81,3	18,7	100
Sobre el seguimiento del desempeño empresarial mediante la aplicación de indicadores financieros en apoyo a la gestión empresarial.	50	50	100
Sobre el uso de la gestión contable para conocer la efectividad en el desarrollo empresarial.	43,8	56,2	100
Sobre evaluación de la efectividad de la gestión por medio de la Contabilidad de Costo.	68,7	31,3	100
Sobre el uso de la clasificación de los sistemas de costos.	62,5	37,5	100
Sobre la función contable como apoyo para las proyecciones de crecimiento futuro de la empresa.	100	0	100
Sobre el uso de los sistemas de información y gestión financiera con base en la contabilidad de costos para la toma de decisiones.	100	0	100
Sobre la determinación del costo de la cadena de valor del producto.	100	0	100
Sobre el análisis de los datos de la Contabilidad de Costos para establecer estrategias que mejoren su situación financiera.	100	0	100

Nota. Elaboración propia.

Por último, en los resultados obtenidos sobre la práctica disciplinar de las finanzas dentro de esta contabilidad:

Con base en la Tabla 3, se puede señalar que las empresas revelaron lo sustancial que representa el uso de la información financiera que suministra la Contabilidad de Costos (100%), a pesar de que solo el 56.3% efectúa la revisión financiera de la organización mediante indicadores financieros, de manera similar, un 50% de las Pymes utilizan dichos indicadores para el control de la productividad de los recursos de la empresa. En este sentido, los encuestados señalan que solo 50% maneja herramientas de análisis financiero con base en la información contable.

Es de hacer notar que, el uso del control financiero de las variaciones de los costos, con respecto a lo estimado previamente para la producción de las empresas, es el siguiente: materia prima 75%, mano de obra 50% y costos indirectos 75%. De hecho, solo el 56.3% utilizan los datos de los costos de producción y costos de distribución por unidad y en total por productos fabricados para evaluar la rentabilidad de la empresa, aunque contradictoriamente han expresado que realizan análisis de costos en un 87.5%, sin embargo, existe la necesidad y el interés por parte de los gerentes de reducir el riesgo de incertidumbre con base en los datos que suministra la Contabilidad de Costo (93.8%).

Tabla 3
Hallazgos del estudio exploratorio con respecto a la práctica disciplinar de las finanzas dentro de la contabilidad de costos según las respuestas de los encuestados

Hallazgos del estudio exploratorio	% Respuesta "Si"	% Respuesta "No"	Total
Sobre el uso de la información financiera que suministra la Contabilidad de Costos.	100	0	100
Sobre el uso de los indicadores financieros para control financiero de la organización.	56,2	43,8	100
Sobre el manejo de los indicadores financieros para control de la productividad de los recursos de la empresa.	50	50	100
Sobre el manejo de herramientas para el análisis financiero con base en la información de contable.	50	50	100
Sobre el control de las variaciones del uso de la materia prima con respecto a lo estimado previamente para la producción de la empresa.	75	25	100
Sobre el control de las variaciones del uso de la mano de obra con respecto a lo estimado previamente para la producción de la empresa.	50	50	100
Sobre el control de las variaciones del uso de los costos indirectos con respecto a lo estimado previamente para la producción de la organización.	75	25	100
Sobre el uso de los datos de los costos de producción y costos de distribución por unidad y en total por productos fabricados para evaluar la rentabilidad de la empresa.	56,3	43,7	100
Sobre la realización del análisis de costos.	87,5	12,5	100
Sobre el riesgo de incertidumbre con base en los datos que suministra la Contabilidad de Costo.	93,8	6,2	100

Nota. Elaboración propia.

Discusión descriptiva de los resultados

Los hallazgos alcanzados fueron comparados con investigaciones anteriores, que tuvieron lugar en el Ecuador con Pymes de diversos sectores, tales como: Pymes comerciales (Villacís-Yank y Moreno, 2021); Pymes del sector textil (Naranjo, Ruano, Ramos y López, 2017); y Pymes (pequeñas y medianas empresas) ecuatorianas de diversos sectores, como son: construcción, manufacturera, agricultura, comercio, transporte, información, servicios, inmobiliarias, enseñanza, salud (García-Tamayo y Fonseca-Torres, 2015). Obteniéndose como resultado, la confirmación de que la evidencia es fuerte y positiva con respecto a las prácticas disciplinares identificadas con respecto a la contabilidad de costos, tal como se ilustra en la siguiente tabla:

Tabla 4

Análisis descriptivo de las practicas disciplinares de la contabilidad de costo comparado con estudios previos relacionados con la gestión contable-financiera de las Pymes del Ecuador

Práctica disciplinar dentro de la Contabilidad de Costos	Pymes comerciales de Ambato–Ecuador	Pymes del sector textil de la provincia de Tungurahua	Pymes y medianas empresas ecuatorianas de diversos sectores (construcción, manufacturera, agricultura, comercio, transporte, información, servicios, inmobiliarias, enseñanza, salud)
Contabilidad	* La mayor cantidad de Pymes manejan información que no permite un análisis e interpretación a profundidad.	* Un sistema de control de costos de producción debe poseer las características de datos fiables con un 35.4% seguido de un 32.3% que le interesa que dichos sistemas ayuden a tomar decisiones.	* El 87% de las pequeñas empresas, y el 94% de las medianas empresas, manifiestan que, son las propias empresas las que elaboran los informes contables.
	* Las Pymes toman decisiones con base en la información contable 20,56% lo hace para obtener financiamiento	* Donde se determinó que la mayor parte de empresas no cuentan con sistemas de costos debidamente implementados, porcentualmente con un 75% y solo un 25% se trabajó con sistemas de costos que permitan obtener información sobre costos de manera adecuada y la información que se ha obtenido sea eficaz para toma de decisiones.	* El Gerente tiene limitados conocimientos en el área contable, a lo que el 45% de las pequeñas empresas y el 44% de las medianas empresas manifestaron afirmativamente esta cuestión.
			* Toman la relación costo-beneficio de implantar las nuevas normativas internacionales de contabilidad para el registro y presentación de la información financiera. El 98% tanto de las pequeñas empresas como de las medianas empresas manifiestan que la relación costo – beneficio es positiva.
Gestión/Gerencia	* La utilización de la información contable en las empresas es principalmente para cumplimiento tributario, lo que denota muy poca importancia para establecer estrategias, identificar y evaluar elementos que afectan su espacio de actividad.	* El control de costos necesita de la determinación clara de los elementos que lo componen como son el reconocimientos claro de la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación o gastos indirectos de fabricación frente a una evaluación e interpretación de los resultados que conlleva al conocimiento para la toma de decisiones.	* El 63% de las pequeñas empresas, y el 64% de las medianas empresas declaran no hacer siempre uso de la información financiera oficial para adoptar decisiones en materia de gestión.

Práctica disciplinar dentro de la Contabilidad de Costos	Pymes comerciales de Ambato–Ecuador	Pymes del sector textil de la provincia de Tungurahua	Pymes y medianas empresas ecuatorianas de diversos sectores (construcción, manufacturera, agricultura, comercio, transporte, información, servicios, inmobiliarias, enseñanza, salud)
		* Solo el 25.66% de ellos tiene un capacidad sólida para tomar decisiones en base a herramientas que utilizan para detectar y medir anomalías y corregirlas de inmediato, mientras que el 32.46% posee una capacidad de decisión buena pero que necesita ser mejorada y un 41.88% tienen una capacidad de decisiones mala, es decir, no cuentan con conocimientos adecuados de administración.	* En el proceso de toma de decisión el 16% de las pequeñas empresas manifestaron utilizan otro tipo de información; así mismo, el 38% de las mismas empresas dijeron que utilizan su experiencia e intuición.
		* Donde 41.88% que constituye a 160 empresas poseen una capacidad de decisión baja por escaso conocimiento de costos	
Finanzas	* Las empresas planifican a corto plazo sus adquisiciones adecuadamente para evitar la acumulación de bienes y no caer en capital inmóvil.	* Como aporte científico los investigadores recomiendan necesario el uso de indicadores debe estar presente para medir todos los procesos y áreas de la empresa.	Existe la tendencia en las Pymes (63%) y medianas empresas (64%) encuestadas de considerar que la información elaborada con normativa local dentro de una PYMES ecuatoriana, no sirve a las necesidades de los administradores para la adopción de decisiones y, por lo tanto, éste no cumple uno de los principales objetivos de la información financiera que es el paradigma utilitarista, esto es debido a la limitación profesional del Gerente, se encasilla más a la toma decisiones contables sin un sustento de información oficial, lo cual debe cambiar en búsqueda de mejoramiento de la gestión financiera-contable.
	* La mayor 58,16% parte de las empresas no analizan de manera prospectiva la situación económica y financiera que pueden tener a mediano o largo plazo.		
	* 80,61% sí realiza o aplica herramientas de análisis financiero.		
	* El 65,31% de la Pymes utilizan la información contable para delinear planificaciones, tanto estratégicas como operativas, involucrando a las áreas claves para la toma de decisiones.		

Nota. Elaboración propia con datos de las investigaciones previas sobre Pymes del Ecuador de Villacís & Moreno, 2021; Naranjo, Ruano, Ramos & López, 2017; García-Tamayo & Fonseca-Torres, 2015.

En suma, la discusión descriptiva con otros estudios permitió valorar la relevancia la información financiera dentro de la información contable con base en los costos de las empresas estudiadas.

En este sentido, se considera fundamental perfilar el desarrollo de la gestión teniendo en cuenta los tres componentes que lo constituyen: materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, así como las tres áreas disciplinares que le convergen: contabilidad, gestión y finanzas, puesto que, se requiere de su accionar interconectados de forma integral como una red para así alcanzar el desarrollo de sus potencialidades en el área financiera-contable.

CONCLUSIONES

Con base en la evidencia exploratoria soportada en teoría, se concluye que las prácticas disciplinares que converge en la Contabilidad de Costo, son específicamente: la contabilidad, la gestión y las finanzas, de hecho, la interrelación de estas prácticas dentro de esta contabilidad producen el sentido contable-financiero, tanto de modos procedimentales como de acciones estratégicas, las cuales confluyen en la gestión de la información para la planificación, organización y control, que ayudan en la toma de decisiones a la gerencia durante el desarrollo de las actividades o fases del proceso productivo, puesto que, permite la medición de los ingresos-costos-beneficios, así como analizar la rentabilidad del producto y cuantificar los inventarios. En particular, es relevante esta temática dentro de la gestión de las Pymes a fin de dotarlas de capacidad predictiva y de respuesta ante la complejidad de un entorno competitivo.

En el caso específico del Ecuador mediante la exploración del Pymes del sector alimenticio del Catón de Latacunga, se pudo validar cada una de las prácticas disciplinares tanto en la praxis como en el ámbito científico, demarcándose las oportunidades y necesidades que cada una de estas le ofrece a la gestión financiera-contable. De igual modo, con base en el análisis comparativo con investigaciones previas relacionadas con la gestión contable-financiera se revelaron algunos aspectos, tales como:

- En el área de la contabilidad: Existe el uso disciplinar de la contabilidad, pero con limitaciones, puesto que, no se aprovecha al máximo las bondades que otorga específicamente en el análisis de las cuentas, el uso esta demarcado generalmente es por cumplimiento legales.
- En el área de gestión/gerencia: En el caso estudio de las Pyme del Cotopaxi, al menos el 50% de estas posee la debilidad en el seguimiento, dado que, no aplican análisis financiero de las cuentas, mas no es una situación generalizada en el Ecuador.

- En el área de las finanzas: Persiste la escasa planificación prospectiva tanto en el ámbito económico como financiero sobre todo a mediano y largo plazo, entre otros.

En suma, este tipo de investigación permitió valorar la relevancia la información financiera dentro de la información contable, con base en los costos de las empresas estudiadas mediante la determinación de la situación actual de las Pymes del Ecuador, con el propósito de perfilar en investigaciones futuras, las posibles alternativas gerenciales que ayuden al cambio en la gestión y control financiero de este tipo de organizaciones empresariales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Altahona, Q. T. (2009). *Libro práctico sobre Contabilidad de Costos.* Bucaramanga: Porter.

Amat, O. & Soldevila, P. (1998). *Contabilidad de gestión y control de costos.* Barcelona: Gestión2000.

Backer, M., Jacobsen, L. & Ramírez, D. (1988). *Contabilidad de Costos. Un enfoque administrativo para la toma de decisiones.* México, DF: McGraw-Hill.

Banco Mundial (23 de abril de 2020). *Banco Mundial.* Obtenido de Conmoción como no se ha visto otra: la COVID-19 sacude los mercados de productos básicos: https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2020/04/23/coronavirus-shakes-commodity-markets

Calvo, A. (2007). La educación Contable en Colombia. *Revista Contaduría, Universidad de Antioquia*(50), 77-91.

Cedeño, P., Laje, J. & Molina, K. (2019). La contabilidad de costos y su relación en el ámbito de aplicación de las entidades manufactureras o industriales. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación, 4*(1), 15-20.

García-Tamayo, G. & Fonseca-Torres, M. (2015). Evaluación De La Utilidad De La Información Financiera: Evidencia Para Empresas Medianas Y Pequeñas De Ecuador. *Capic Review, 13*(1), 59-68.

Harper, W. (1982). *Contabilidad de Costes.* Madrid: Distribuciones, S.A. Jorge Juan.

Mantilla, S. (2000). El nuevo contexto de las ciencias contables. *Universitas Humanística, 49*, 85-99.

Naranjo, S., Ruano, T., Ramos, E. & López, E. (2017). La contabilidad de costos como fuente para la toma de decisiones. *Ciencia Digital, 1*(3), 70-88.

Olier, M. M., Gallego, D. & Mesa, M. (2013). Rompiendo paradigmas de la contabilidad como ciencia social. *Adversia*(12). https://revistas.udea.edu.co/index.php/adversia/article/view/16109

Rodríguez, G. & López, C. (2021). Buenas prácticas contables y financieras ante el impacto del Covid-19. Caso: Joyerías artesanales de Chordeleg. *CIENCIAMATRIA, 7*(2), 538-566.

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación.* México: McGraw-Hill.

Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación. En organizaciones, mercados y sociedad. Epistemología y tecnica.* Argentina: Editorial de las ciencias.

Villacís, Y. & Moreno, M. (2021). Caracterización de la gestión de la información contable en las Pymes comerciales de Ambato–Ecuador. *Cuadernos de Contabilidad, 22*, 1-13.

Anexo 2

Cálculo de la confiabilidad Kuder y Richardson del estudio exploratorio

N° items	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	Total
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	34
3	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	33
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	40
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	29
7	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	36
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	43
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	41
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	50
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	44
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	47
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	53

Codificación: Si = 1 ; No = 0 **p =si; q= no** **varianza total 64,808**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	Total
TOTAL SI	13	13	13	13	12	12	13	13	13	13	13	8	9	13	10	7	9	7	6	11	13	7	7	13	5	11	4	11	5	3	6	5	4	13	13	8	13	13	9	12	12	10	Total
TOTAL NO	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	5	4	0	3	6	4	6	7	2	0	6	6	0	8	2	9	2	8	10	7	8	9	0	0	5	0	0	4	1	1	3	
SUMA	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	
VALOR P	1,00	1,00	1,00	1,00	0,92	0,92	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,62	0,69	1,00	0,77	0,54	0,69	0,54	0,46	0,85	1,00	0,54	0,54	1,00	0,38	0,85	0,31	0,85	0,38	0,23	0,46	0,38	0,31	1,00	1,00	0,62	1,00	1,00	0,69	0,92	0,92	0,77	32,15
VALOR Q	0,00	0,00	0,00	0,00	0,08	0,08	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,38	0,31	0,00	0,23	0,46	0,31	0,46	0,54	0,15	0,00	0,46	0,46	0,00	0,62	0,15	0,69	0,15	0,62	0,77	0,54	0,62	0,69	0,00	0,00	0,38	0,00	0,00	0,31	0,08	0,08	0,23	9,85
P x Q	0,00	0,00	0,00	0,00	0,07	0,07	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,24	0,21	0,00	0,18	0,25	0,21	0,25	0,25	0,13	0,00	0,25	0,25	0,00	0,24	0,13	0,21	0,13	0,24	0,18	0,25	0,24	0,21	0,00	0,00	0,24	0,00	0,00	0,21	0,07	0,07	0,18	4,95
TOTAL	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	
Σ p1*q1=	4,95																																										

K= nro de preguntas 42
δ = varianza total 64,808
$\sum p.q$ = suma de p x q 4,95
p= promedio positivo "si" 32,15
q= promedio negativo "no" 9,85

KR (20)= $\left(\frac{k}{k-1}\right)\ 1 - \frac{\sum p.q}{\delta}$

$\left(\frac{k}{k-1}\right)$ **1,024**

$1 - \frac{\sum p.q}{\delta}$ **0,924**

KR (20)= 0,95	95%	Muy alta confiabilidad

Interpretación:
Existe correspondencia entre las respuestas de los ítems lo que significa que es un instrumento confiable, ya que el resultado se encuentra dentro de los parámetros establecidos como son 0 y 1, en donde se considera un instrumento confiable aquel que sea mayor o igual a 0,61

Interpretación del Coeficiente de Confiabilidad

Rangos	Coeficiente
Muy Alta	0,81 a 1,00
Alta	0,61 a 0,80
Moderada	0,41 a 0,60
Baja	0,21 a 0,40

Complejidad Económica Mediante los Cálculos de Diversidad y Ubicuidad de los Principales Municipios de Tabasco

Economic Complexity Through Calculations of Diversity and Ubiquity of the Principal Municipalities of Tabasco

Mendoza Ruiz, José Abraham*, Valenzuela Valenzuela, Ervey**,
García Valenzuela, Víctor Manuel***

*Licenciado en Economía y Finanzas. Instituto Tecnológico de Sonora. Email: jose.mendoza225870@potros.itson.edu.mx, ORCID: https://orcid.org/0000-0001-9443-6822.

**Licenciado en Economía y Finanzas. Instituto Tecnológico de Sonora. Email: erveyvzla04@hotmail.com, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-4052-6408.

***Maestro en Gestión Organizacional. Instituto Tecnológico de Sonora. Email: victor.garcia135152@potros.itson.edu.mx, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-6109-2135.

Correo para recibir correspondencia: victor.garcia135152@potros.itson.edu.mx

Fecha de recibido: 22 de julio de 2022 **Fecha de aceptación:** 12 de octubre de 2022

RESUMEN

OBJETIVO: Determinar los niveles de complejidad económica de los cinco principales municipios de Tabasco, mediante el cálculo de las variables diversidad y ubicuidad, lo cual permitirá obtener una nueva medida de desempeño macroeconómico con base a la teoría de complejidad económica.

MATERIAL Y MÉTODO: El análisis estadístico de las variables fue a través de la aplicación de la fórmula de Ventajas Comparativas Reveladas (VCR), a través de una matriz binaria a los cinco principales municipios de Tabasco, los cuales son: Cárdenas, Centro, Comalcalco, Huimanguillo y Macuspana según sus niveles de empleo en proporción al empleo total del estado.

RESULTADOS: Se calculó la variable diversidad y ubicuidad de cada uno de los municipios, para determinar el nivel de complejidad económica de cada uno de ellos y clasificarlos bajo un nuevo índice de desempeño económico.

CONCLUSIONES: El municipio Centro, con valores de diversidad de 152 y ubicuidad de 1.86, es el municipio con mayor nivel de complejidad económica de Tabasco.

PALABRAS CLAVE: Diversidad. Ubicuidad. Complejidad económica. Competitividad.

ABSTRACT

OBJECTIVE: To determine the economic complexity levels of Tabasco's five principal municipalities by calculating the diversity and ubiquity variables, which will allow obtaining a new measure of macroeconomic performance based on the economic complexity theory.

MATERIAL AND METHOD: The statistical analysis of the variables was through the application of the Revealed Comparative Advantages (RCA) formula, through a binary matrix to the five main municipalities of Tabasco, which are: Cardenas, Centro, Comalcalco, Huimanguillo, and Macuspana according to their employment levels in proportion to the total employment of the state.

RESULTS: The diversity and ubiquity variable of each of the municipalities was calculated to determine the level of economic complexity of each of them and classify them under a new economic performance index.

CONCLUSIONS: The Centro municipality, with diversity values of 152 and ubiquity of 1.86, is the municipality with the highest level of economic complexity in Tabasco.

KEYWORDS: Diversity. Ubiquity. Economic Complexity. Competitiveness.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las organizaciones y las economías se encuentran en constante cambio, debido a los distintos avances tecnológicos que presenta el mercado, eso desencadena una constante competencia por alcanzar la competitividad mediante la innovación por parte de los distintos entes económicos, es decir, aquellos que sean más competitivos tendrán mayor capacidad de aplicar procesos productivos complejos, que les permita generar valor agregado a sus productos y, por lo tanto, incentivar su competitividad en el mercado.

Para lograr lo anterior, la tecnología, el conocimiento y la información, son una pieza clave para la competitividad de las economías, desde una perspectiva tanto microeconómica como macroeconómica, así como aquellas economías que logren aprovechar el conocimiento podrán incrementar sus niveles de competitividad al generar nuevas mejoras en sus procesos productivos, financieros y administrativos (Donoso y Martín, 2017).

Aunque la forma de medir las economías bajo una perspectiva macroeconómica es mediante el Producto Interno Bruto (PIB), el cual es considerado como la suma de todos los bienes y servicios producidos por una entidad económica, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2020); la teoría de complejidad económica va más allá de la simple productividad, ya que considera el potencial crecimiento del ecosistema de innovación que posee una entidad económica mediante su diversidad de productos y sus procesos productivos para crearlos.

Los autores Hausmann e Hidalgo (2009) son los creadores de la teoría de complejidad económica, la cual pretende medir las economías desde una perspectiva macroeconómica que considera las variables diversidad y ubicuidad para determinar el crecimiento de una economía, enfocando su capacidad a la producción de diversos productos, y que estos últimos son el resultado de un proceso complejo donde se requiere la aplicación de conocimiento productivo e innovador.

El aporte de Gómez et al. (2016) evidencia como se distribuyen los niveles de complejidad económica a nivel nacional, los resultados indican que solo ciertos estados del país poseen altos

niveles de complejidad económica, ya que poseen una red de conocimientos mayor que les permite producir bienes y servicios complejos; mientras que el resto de los estados poseen un nivel de complejidad económica menor al tener una escasez de recursos y conocimientos, que no les permite producir bienes y servicios con alto valor agregado.

Los principales resultados de Gómez et al. (2016) determinan que los estados de Nuevo León, Chihuahua, Jalisco, Coahuila y Ciudad de México, son los más competitivos en términos de complejidad económica; por otra parte, los estados de Oaxaca, Guerrero, Chiapas y Nayarit, son los de menor competitividad.

Estos resultados concuerdan con lo establecido por el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) (2016) que existen dos realidades en México, donde se pueden observar entidades federativas con altos niveles de desarrollo económico y a su vez entidades federativas con altos niveles de pobreza; lo anteriormente mencionado expone la desigualdad de desarrollo de cada entidad federativa a causa del diferente aprovechamiento de recursos de cada economía.

Según INEGI (2015) el PIB nacional indica que solamente nueve estados de la República Mexicana (Estado de México, Nuevo León, Jalisco, Guanajuato, Coahuila, Puebla, Veracruz, Tamaulipas y Jalisco) forman el 60% del PIB nacional, mientras que los otros 24 estados aportan al 40% restante del PIB nacional. En las publicaciones del año 2020 del aporte al PIB nacional por INEGI sucede lo mismo, donde se observa un aporte del 56.3% por solo siete estados (Ciudad de México, Estado de México, Nuevo León, Jalisco, Veracruz, Guanajuato y Baja California) y un aporte del 43.7% del PIB restante por los otros 25 estados que conforman la República Mexicana. Lo mismo pasa a una escala municipal para cada entidad federativa, son ciertos municipios los que aportan la mayor participación al PIB estatal que el resto de los municipios que conforman el estado en su totalidad.

Por lo tanto, es importante implementar nuevas medidas de crecimiento económico, que permitan observar el crecimiento de las economías, bajo nuevas perspectivas o variables, que no sea solo por el volumen de productividad, sino determinado en función a diversidad de bienes y servicios que se producen y la ubicuidad de cada uno de ellos. Aquí, radica la importancia de realizar una investigación donde se calculen las variables enfocadas a la aplicación del conocimiento productivo las cuales son las bases de la teoría de complejidad económica (Da Costa et al., 2021; García et al., 2018).

Con base a lo anterior, la finalidad de la investigación es determinar los niveles de complejidad económica de los cinco principales municipios del estado de Tabasco, los cuales son: Cárdenas,

Centro, Comalcalco, Huimanguillo y Macuspana, mediante el cálculo de las variables diversidad y ubicuidad, lo cual permitirá obtener una nueva medida de desempeño macroeconómico con base a la teoría de complejidad económica.

Analizar a los municipios bajo una perspectiva macroeconómica novedosa, permite obtener un nuevo indicador de competitividad para cada uno de ellos, el cual se define entre la cantidad total de bienes y servicios que produce el municipio y la capacidad de los otros municipios para producirlos, entre menos municipios sean capaces de especializarse en dichos bienes y servicios, mayor será el nivel de complejidad económica del municipio en cuestión (Pérez et al. 2019a).

Con base a la teoría, aquellos municipios que obtengan mayores niveles de diversidad y ubicuidad obtendrán un mayor índice de complejidad económica, el cual los permite clasificar bajo nuevas variables de desempeño que determinan la competitividad de cada uno de ellos. Asimismo, permite especificar los supuestos bajo los cuales se determina cuando una estructura productiva de conocimiento se convierte compleja o no en el estado de Tabasco, considerando el total de bienes y servicios en los cuales se especializa, por lo tanto, se hace el planteamiento de la pregunta de investigación:

- ¿Cuál es el índice de complejidad económica de los principales municipios de Tabasco?

El objetivo de la investigación es, valorar bajo nuevas medidas de desempeño económico, los principales municipios de Tabasco, calculando las variables diversidad y ubicuidad, que constituyen la teoría de complejidad económica, mediante la metodología propuesta por Hausmann e Hidalgo (2009) al aplicar la fórmula de Ventajas Comparativas Reveladas (VCR) a través de una matriz binaria, mismo método utilizado por García et al. (2018b), García et al. (2021b), Gómez et al., (2016) y Pérez et al., (2019b). Se plantea el siguiente objetivo de investigación:

- Determinar el nivel de complejidad económica de los principales municipios de Tabasco a través del cálculo de las variables ubicuidad y diversidad.

Conforme a lo anterior, se plantea la siguiente hipótesis de investigación:

- Existe un nivel de complejidad económica positivo en los principales municipios de Tabasco con base a las variables ubicuidad y diversidad.

La teoría de complejidad económica posee una perspectiva macroeconómica de cómo medir el crecimiento económico en función a dos variables muy importantes, diversidad y ubicuidad, las

cuales son determinantes al momento de clasificar a las economías en términos de complejidad y esto solo se logra mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos y capacidades desarrolladas (García et al., 2022).

Según Meza et al. (2021) la teoría de recursos y capacidades, explica como las organizaciones, así como las economías, tienden a ser diferentes entre sí; esto se debe a que cada ente económico posee diferentes recursos, que le permite desarrollar capacidades diferentes, las cuales al ser aprovechadas pueden generar valor agregado al mercado, convirtiéndose en ventajas competitivas o comparativas.

Conforme a los aportes de Nonaka y Takeuchi (1995) la principal fuente que permite a las distintas organizaciones generar ventajas competitivas o comparativas sostenibles es, el recurso más importante de la organización: el talento humano. Esto, concuerda con los postulados de la teoría de complejidad económica, al enfocarse en la aplicación de conocimiento productivo en las economías, entre más complejo sea el conocimiento aplicado en los procesos productivos, mayores capacidades desarrolladas se obtendrán las cuales permiten a las economías diversificar sus bienes y servicios y convertirlos menos ubicuos (Gómez y Molina, 2018).

La diversidad de productos según Hausmann et al., (2015) es una de las variables que conforman la complejidad económica, la cual se expresa como la cantidad total de bienes y servicios en los cuales se especializa una organización, no solo producir dicho bien y servicio, sino presentar una ventaja ante la competencia en el mercado en dicho sector.

Cuando el conocimiento externo es adquirido por las organizaciones, puede ser asimilado y entendido por cada uno de los miembros de la organización para que pueda ser aplicado en los distintos procesos que se desarrollan, esto permite la generación de nuevos conocimientos en las rutinas organizacionales, lo cual deriva a la innovación de procesos en las economías, ya sea diversificando la oferta de bienes y servicios o volviendo los procesos más ubicuos y complejos (García et al., 2021a; García et al., 2021c).

La ubicuidad de los productos, según Gómez et al. (2019) es la capacidad de las economías para hacer sus procesos complejos, lo cual los vuelva inimitables por la competencia o muy poco imitables, esto genera un mayor grado de competitividad en las organizaciones, al ser el único o de los pocos en ofrecer un producto al mercado a causa del valor agregado que generan.

Conforme a Lara et al., (2018) entre más complejo sea el proceso productivo y el conocimiento aplicado en el producto, menor será la ubicuidad del mismo, lo cual al ser una de las variables

dentro de la teoría de complejidad económica, el índice de complejidad tiende a incrementarse, esto expresa una nueva medida de desempeño económico no en términos financieros, más bien enfocado en las oportunidades de crecimiento según los ecosistemas de innovación y conocimiento generados dentro de las economías (González, 2019; Loyola et al., 2022).

MATERIAL Y MÉTODO

La presente investigación es de tipo cuantitativa, debido al tipo de información, al no manipular ninguna de las variables posee un diseño no experimental; la información fue consultada de una base de datos de fuente primaria con acceso abierto de corte transversal, ya que su recolección fue en tiempo único.

Los sujetos de estudio son los principales cinco municipios del estado de Tabasco en función a su número de habitantes según las publicaciones de INEGI (2020) los cuales son: Cárdenas, Centro, Comalcalco, Huimanguillo y Macuspana. Se eligieron estos municipios, al poseer la mayor cantidad de habitantes en proporción al estado, mismo proceso de selección utilizado por García et al. (2018b), García et al. (2021b) y Pérez et al. (2019b) aplicando la metodología de VCR con base en el número total de empleo en el municipio.

La base de datos de acceso abierto, es el Atlas de Complejidad Económica por el Centro de Desarrollo Internacional de la Universidad de Harvard, Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y el Centro de Investigación y Docencia Económica (CIDE) consultado el 10 de julio de 2022 con datos de empleo, salarios, firmas e indicadores de complejidad productiva (2004-2014), dicha base de datos posee la particularidad de información necesaria para realizar el cálculo de las variables de estudio.

El análisis estadístico de las variables diversidad y ubicuidad, fue mediante el cálculo de las VCR de los cinco municipios observados, la cual es una técnica que determina la ventaja presente revelada en comparación a otras economías analizadas, y a través de una matriz binaria para cada uno de los municipios, método propuesto por Hausmann e Hidalgo (2009) en su teoría de complejidad económica.

En primera instancia, se calculó la VCR de cada municipio con base en los sectores, en los cuales presenta una mayor proporción de empleo en comparación al empleo total del estado de Tabasco, posteriormente, se calculó la variable diversidad a través de una matriz binaria que detalla la cantidad total en los cuales se especializa cada municipio, finalmente, se calculó la variable ubicuidad a través de otra matriz binaria que detalla la cantidad de municipios especializados por

cada sector en los cuales se desempeña cada municipio. Una matriz binaria es una matriz que permite realizar una relación binaria entre un conjunto de datos finitos (García et al., 2021b).

Para la matriz binaria $M_{sa,}$ indica los sectores en los cuales se especializa cada municipio y se construye implementando la fórmula 1 de VCR, para cada uno de los sectores que se desarrollan en Tabasco:

$$M_{sa} = \frac{\frac{Ps,a}{\sum_{\alpha=1}^{n} ps,a}}{\frac{\sum_{s=1}^{x} ps,a}{\sum_{s=1,\alpha=1}^{s=x,\alpha=n} ps,a}} \qquad (1)$$

Donde:

s = municipio a analizar.

a = sector del municipio a analizar.

x = total empleo en el sector a.

n = total de sectores del municipio s.

Ps,a = total de empleo en el sector α del municipio s.

$\sum_{\alpha=1}^{n} ps,a$ = total de empleo del municipio s.

$\sum_{s=1}^{x} ps,a$= total de empleo en el sector α del estado.

$\sum_{s=1,\alpha=1}^{s=x,\alpha=n} ps,a$= total de empleo en el estado.

Se establece como umbral VCR ≥ 1, que determina que el municipio S se especializa en el sector α si la proporción del empleo en ese sector en función al total de empleo del municipio es mayor o igual a la proporción análoga del estado.

Partiendo del cálculo anterior, se utiliza la metodología propuesta por Hausmann e Hidalgo (2009) para el cálculo de las variables de estudio mediante las fórmulas 2 y 3:

$K\ s,o = \sum_{\alpha=1}^{n} Ms,a$= Diversidad (2)

$K\ \alpha,o = \sum_{s=1}^{x} Ms,a$= Ubicuidad (3)

La variable diversidad posee un vector de 1*X donde se determina un parámetro de entradas entre 1 y n. Cada entrada hace referencia al número de sectores en los cuales se especializa cada sector. La variable ubicuidad posee un vector de 1*n donde se determina un parámetro de entradas entre 1 y X. Cada entrada hace referencia al número de municipios que se especializan en cada sector que presentan una VCR significativa.

El índice de complejidad económica para cada uno de los municipios estará en función al total de sectores en los cuales se especializa cada municipio con relación a su empleo en el sector y en el número total de municipios que a su vez se especialicen en el mismo sector, es decir, entre mayor sea la cantidad de bienes y servicios en los cuales se especializa el municipio y menos sean los municipios que se especializan en el mismo sector, mayor será su nivel de complejidad económica (Osorio, 2019).

RESULTADOS

Los resultados encontrados, presentan el producto final de los cálculos correspondientes al análisis estadístico de cada una de las variables para determinar la complejidad económica, según la metodología propuesta por Hausmann e Hidalgo (2009). En primera instancia, se muestran los resultados de los cálculos de la variable diversidad para cada uno de los municipios.

Tabla 1
Diversidad de los municipios

Municipio	Diversidad	Representación
Cárdenas	104	33.66%
Centro	152	49.19%
Comalcalco	93	30.10%
Huimanguillo	43	13.92%
Macuspana	69	22.33%

Nota. Elaboración propia con base a los resultados encontrados.

Los resultados de diversidad, toman valores de 1 a 309, los cuales son el total de sectores que se desempeñan en el estado de Tabasco, entre mayor sea el nivel de diversidad, mayor será la complejidad económica del municipio, por tanto, no determinan un menor índice de ubicuidad.

La Tabla 1, muestra los resultados de los cálculos de la variable diversidad para cada uno de los municipios analizados. El municipio que posee un mayor número de sectores en los cuales se especializa es Centro, con 152, los cuales representan un 49.19% del total de sectores que se realizan en Tabasco, le sigue Cárdenas con 104, los cuales representan un 33.66%, posteriormente se encuentra Comalcalco con 93, que representan un 30.10%, Macuspana con 69, que representan un 22.33% y, por último, Huimanguillo con 13.92%.

La siguiente variable de estudio es ubicuidad, la cual indica el número de municipios que se especializan en los sectores en los cuales el municipio presento una VCR significativa.

Tabla 2
Ubicuidad de los municipios

Municipio	Ubicuidad
Cárdenas	2.44
Centro	1.86
Comalcalco	2.52
Huimanguillo	2.93
Macuspana	3.44

Nota. Elaboración propia con base a los resultados encontrados.

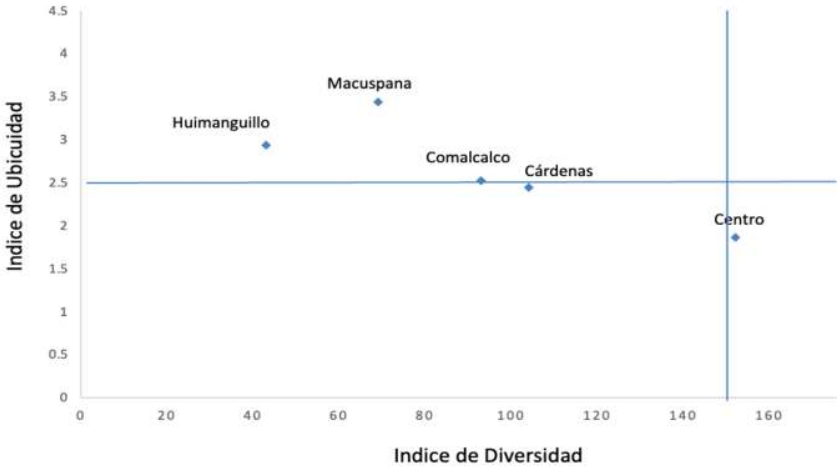
Los resultados de ubicuidad toman valores de 1 a 5, que son el total de municipios analizados en la presente investigación, entre menor sea el nivel de ubicuidad, mayor será la complejidad económica del municipio

La Tabla 2, indica el nivel de ubicuidad de cada uno de los municipios analizados. El municipio con menor ubicuidad de sus sectores especializados es Centro con 1.86, es decir, de los cinco municipios analizados, solamente dos municipios más son capaces de presentar ventajas comparativas reveladas en los sectores en los cuales se especializa. Posteriormente, está Cárdenas con 2.44, Comalcalco con 2.52, Huimanguillo con 2.93 y, por último, Macuspana con 3.44 en nivel de ubicuidad.

El índice de complejidad económica, está conformado por la suma total de sectores que presentan una VCR en el municipio ($K_{s,0}$) y la cantidad total de municipios que a su vez presentan una VCR en cada uno de los sectores que se especializa el municipio en cuestión. Para contrastar los resultados encontrados para cada una de las variables, se presenta la posición de cada uno de los municipios, según sus niveles de complejidad económica.

Figura 1

Posición de complejidad económica de los municipios



Nota. Elaboración propia con base a los resultados encontrados.

La Figura 1, muestra la ubicación de cada uno de los municipios analizados según sus niveles de complejidad económica, con base a la teoría de complejidad económica (Hausmann e Hidalgo, 2009) las economías que se encuentren más alejadas del eje de las X poseen un mayor nivel de ubicuidad, por lo tanto, los sectores en los cuales se especializan tienden a ser un mercado de alta competencia, mientras que las economías que se encuentran más alejadas al eje de las Y, poseen un mayor índice de diversidad, por lo tanto, poseen un mayor número de sectores donde tienen una ventaja ante la competencia.

Los municipios que se encuentren en el cuadrante inferior derecho, son los que presentan un alto nivel de complejidad en su estructura productiva al poseer los menores niveles de ubicuidad y mayores niveles de diversidad, las cuales son las variables determinantes para la complejidad económica.

Tabla 3

Ubicuidad de los municipios

Municipio	Complejidad Económica
Centro	1
Cárdenas	2
Comalcalco	3
Macuspana	4
Huimanguillo	5

Nota. Elaboración propia con base a los resultados encontrados.

Con base a la Tabla 3, se determina que el municipio con mayor complejidad económica de Tabasco es Centro, con 152 en diversidad y 1.86 en ubicuidad, seguido está Cárdenas con 104 y 2.44, después está Comalcalco con 93 y 2.52, posteriormente, se encuentra Macuspana con

69 y 3.44 y, por último, Huimanguillo con 43 y 2.93, como el menos complejo de los cinco municipios principales de Tabasco.

CONCLUSIONES

Con base a los resultados encontrados, se cumple el objetivo de determinar el índice de complejidad económica para cada uno de los municipios analizados, mediante la metodología propuesta por la teoría de complejidad económica propuesta por Hausmann e Hidalgo (2009) en función a las VCR encontradas por el empleo, para calcular las variables diversidad y ubicuidad, tal y como lo hicieron García et al. (2021b), García et al. (2018) y Gómez et al. (2016).

Partiendo de la teoría, el municipio con mayor complejidad económica es Centro al poseer los mayores niveles de diversidad (152) y un menor de ubicuidad (1.86), por otro lado, el municipio con menor complejidad económica es Huimanguillo al poseer los menores niveles de diversidad (43) y un nivel alto de ubicuidad (2.93). No obstante, no es el municipio con mayor índice de ubicuidad (Macuspana), esto afirma el postulado por Gómez et al. (2016) de que un mayor nivel productividad garantiza un alto nivel de competitividad y crecimiento económico.

A pesar de ser los cinco principales municipios de Tabasco, ninguno es capaz de desarrollar todos los sectores que se desempeñan en el estado, esto concuerda con los resultados de García et al. (2018b) en su estudio en Sonora, García et al. (2021b) en su estudio en Sinaloa y Pérez et al. (2019b) en su estudio en Hidalgo.

Conforme a los resultados encontrados, la teoría de complejidad económica funciona como una nueva perspectiva macroeconómica para determinar los niveles de competitividad de las economías bajo una nueva visión no enfocada en la alta producción de bienes y servicios, sino asimilada como un resultado de la aplicación de conocimientos productivos complejos en los distintos procesos que desarrolla una economía.

Los resultados de la presente investigación, son de gran impacto para tres diferentes grupos, en primera instancia para el gobierno, al conocer los niveles de competitividad de los municipios más importantes de Tabasco, asimismo muestra la concentración de personal ocupado de cada uno de los sectores en los cuales se especializa cada municipio; para los empresarios, al presentar un panorama del mercado en términos de competencia, identificando los sectores que no son explotados en cada municipio como una brecha de oportunidad para emprendimientos y negocios; y para la comunidad científica, al generar nuevo y productivo conocimiento empírico que genera nuevas líneas de investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Da Costa, K. G. V., Castilho, M. R. & Puchet Anyul, M. (2021). Fragmentación productiva, comercio exterior y complejidad estructural: análisis comparativo del Brasil y México. *Revista CEPAL.* https://hdl.handle.net/11362/47081.

Donoso, V. & Martín, V. (2017). Complejidad económica y densidad productiva como fuentes de competitividad. *Estudios de economía aplicada,* 35(1), 85. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5798830

García, V., Jacobo, C. & Ochoa, S. (2022). Capacidad de absorción del conocimiento y sus factores de impacto en la perspectiva empresarial colombiana. *Revista del Centro de Investigación de la Universidad La Salle*, *15*(57), 101-132. https://doi.org/10.26457/recein.v15i57.3086

García, V., Gómez, P. & Cota, J. (2021a). Sector y antigüedad como factores pertinentes en la perspectiva del empresario colombiano con relación a la capacidad de absorción. *Vinculatégica*, *7*(1). https://doi.org/10.29105/vtga7.2-7

García, V., Ruiz, M. & Reyes, A. (2021b). Ubicuidad y diversificación como factores de complejidad económica en Sinaloa. *Vinculatégica*, *7*(2). https://doi.org/10.29105/vtga7.1-94

García, V. M., Meza-Ariza, L., C. y Pedraza, F. (2021c). Relación entre las dimensiones de transformación y explotación del conocimiento en empresas industriales ubicadas en Bucaramanga, Santander. *I+D Revista de Investigaciones*, 16(2), 47-57. https://doi.org/10.33304/revinv.v16n2-2021005

García, V. M., Meza, L. C. & Pedraza, F. (2018a). Desarrollo de la capacidad dinámica de absorción de conocimiento entre empresas familiares y no familiares de Bucaramanga, Colombia. *Revista Lebret.* 10, 89-109. https://doi.org/10.15332/rl.v0i10.2199

García, V., Ruiz, M., López-Parra, M. y Placencia, I. (2018b) Diversidad y ubicuidad como determinantes de la complejidad económica de los municipios de Sonora. Emprendimiento e innovación empresarial. México: HESS S.A. DE C.V. Tomo 3 (585 – 624) ISBN: 978-607-9011-76-5. http://remineo.org/repositorio/memorias/ciao/xviciao/aprendizaje-conocimiento-e-innovacion/diversidad-y-ubicuidad-como-determinantes-de-la-complejidad-economica-de-los-municipios-de-sonora-mexico/

Gómez, M., Chávez, M. y Mosqueda, M. (2016). Complejidad Económica y Crecimiento Regional, Evidencia de la Economía Mexicana. Documento de investigación. *Banco de México*. http://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-discursos/publicaciones/documentos-de-investigacion/banxico/%7B9FED6962-7D52-0C58-DD95-5C33AAE814C3%7D.pdf

Gómez, F. & Molina, E. (2018). Zonas Económicas Especiales y su impacto sobre el desarrollo económico regional. *Problemas del desarrollo*, 49(193), 11-32. https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2018.193.61285

Gómez, F., Molina, E., Flores, M. & Gómez, M. de J. (2019). Complejidad económica de las Zonas Económicas Especiales en México: Oportunidades de diversificación y sofisticación Industrial. *Ensayos. Revista de economía*, *38*(1), 1-40. https://doi.org/10.29105/ensayos38.1-1.

González, W. J. (2019). Internet y Economía: Análisis de una relación multivariada en el contexto de la complejidad. *Energía: Revista internacional de Filosofía y Epistemología de las Ciencias Económicas*, *6*(6), 11-36.

Hausmann, R. & Hidalgo, C. (2009). The Building Blocks of Economic Complexity. the United States of America 106 (26), pp. 10570-10575. Proceedings of the National Academy of Sciences. https://growthlab.cid.harvard.edu/files/growthlab/files/186.pdf

Hausmann, R., Cheston, T. & Santos, M. A. (2015). La Complejidad económica de Chiapas. http://www.tinyurl.com/mzhkh2f

Instituto Mexicano para Competitividad (2016). Un puente entre dos Méxicos: Índice de Competitividad Estatal (ICE) Edición 10(1): 14-20. http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2016/11/2016-ICE-Boletin.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020). Censo de Población y Vivienda. Información por entidad federativa. https://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/tab/default.aspx?tema=me&e=27

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020). Producto Interno Bruto por entidad federativa. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/pibe/PIBEntFed2020.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020). Sistema de cuentas nacionales de México. Producto Interno Bruto. https://cuentame.inegi.org.mx/economia/pib.aspx?tema=e

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2015). Producto Interno Bruto por entidad federativa. http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016_12_02.pdf

Lara J., Tosi, A. & Altimiras, A. (2018). Materias primas críticas y complejidad económica en América Latina. *Apuntes del Cenes*, 37(65), 15-51. https://doi.org/10.19053/01203053.v37.n65.2018.5426

Loyola, M. Á. R., Valdivia, D. D. V. & Gil, M. S. (2022). Evolución del Consumo de la Economía Mexicana en el Periodo 1980-2019. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, *28*(81), 221-238. https://revistas.ujat.mx/index.php/hitos/article/view/5150/3786

Meza, L. C., García, V. M. & Pedraza, F. (2021). Relación entre las Dimensiones de la Capacidad de Absorción en Empresas de Bucaramanga, Colombia. *Revista Lasallista de Investigación*, *18*(2), 69-84. https://doi.org/10.22507/rli.v18n2a6

Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1995). The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation. *Oxford university press*.

Osorio, M. I. (2019). La complejidad económica como plataforma de la política comercial mexicana en la administración de Andrés Manuel López Obrador. *Economía informa*, (415), 127-134. http://www.economia.unam.mx/assets/pdfs/econinfo/415/11OsorioCaballero.pdf

Centro de Desarrollo Internacional de la Universidad de Harvard, Secretaría de Hacienda y Crédito Público y Centro de Investigación y Docencia Económica (10 de julio del 2022). Atlas de Complejidad Económica de México. Empleo, salarios, firmas e indicadores de complejidad productiva (2004-2014). https://datos.gob.mx/complejidad/

Pérez, C. C., Moheno, J. & Salazar, B. C. (2019a). Análisis estadístico de la capacidad de absorción en México y su influencia en la generación de conocimiento tecnológico. *Innovar*, *29*(72), 41-58. http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v29n72/0121-5051-inno-29-72-41.pdf

Pérez, C. C., Salazar, B. C. & Mendoza, J. (2019b). Diagnóstico de la complejidad económica del estado de Hidalgo: de las capacidades a las oportunidades. *Revista mexicana de economía y finanzas*, *14*(2), 261-277. https://doi.org/10.21919/remef.v14i2.299

Importancia de la Inteligencia Emocional en el Cambio del Clima Organizacional

The Importance of Emotional Intelligence in Order to Change the Organizational Climate

Chávez Valencia, Luis Elías*, Sahade Cortés, Marcela**,
Reyes López, Octavio***

*Doctor. Departamento de Ingeniería Civil y Ambiental. División de Ingenierías, Campus Guanajuato. Universidad de Guanajuato, México. Email: lechavez@ugto.mx, ORCID: https://orcid.org/0000-0003-0830-7747.

**Doctora. Universidad del Centro del Bajío. Celaya, Guanajuato. Email: marcela.sahade@uniceba.edu.mx, ORCID: https://orcid.org/0000-0001-8467-0690.

***Doctor. Universidad del Centro del Bajío. Celaya, Guanajuato. Email: octavio.reyes@uniceba.edu.mx, ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3960-1228.

Correo para recibir correspondencia: lechavez@ugto.mx

Fecha de recibido: 30 de marzo de 2022 **Fecha de aceptación:** 15 de junio de 2022

RESUMEN

Aunque el concepto de inteligencia presenta diversos matices, se considera como las diversas formas en que un individuo soluciona los problemas que tiene que afrontar al grupo que pertenece y cuando se trata de resolución de vicisitudes emocionales, su aportación recobra importancia. No obstante, la madurez emocional de dicho individuo está subordinado al sistema límbico, con dependencia a la homeostasis y el estado de ánimo, así como una alta interrelación con aspectos onto/filogenéticos. Así pues, la cultura organizacional y el clima laboral están supeditados a la madurez emocional de las personas, misma que el consultor o gurú debe de higienizar para realizar una intervención oportuna. A través de este ensayo, se realiza la exposición de dichos principios con base a un análisis hermenéutico de fuentes de información disponibles en el estado del arte, que evidencian la concurrencia entre las emociones y la gestión empresarial mediante la promoción de la inteligencia emocional y la homeostasis que un empleado debe poseer y que se manifiesta con los impulsos motivacionales que le permiten ser proactivo, colaborativo, cooperativo y que identifican al trabajador estrella o al líder estratégico en puesto gerencial que coadyuvan al cambio en el clima laboral tan necesario en la actualidad.

PALABRAS CLAVE: Inteligencia emocional. Estado de ánimo. Homeostasis. Empatía. Clima laboral.

ABSTRACT

Although the concept of intelligence has various shades, it is considered as the various ways in which an individual solves the problems that he has to face in the group he belongs to and his contribution regains importance when it comes to solving emotional vicissitudes. However, depending on the homeostasis and his mood; the emotional maturity of that individual is subordinated to the limbic system, as well as a high interrelationship with onto/phylogenetic aspects. Thus, the organizational culture and the work environment are subject to the emotional maturity of the people, which the consultant or guru must sanitize in order to carry out a timely intervention. Through this essay, these principles are shared, based on a hermeneutic analysis of information sources available in the state of the art, which show the link between emotions and business management through the promotion of emotional intelligence and the homeostasis that an employee must possess. This homeostasis manifests itself with the motivational impulses that allow the employee to be proactive, collaborative and cooperative. Those impulses highlight the

star worker or the strategic leader in managerial position that contribute to the change in the work environment that is so necessary today.

KEYWORDS: Emotional intelligence. Mood. Homeostasis. Empathy. Working environment.

INTRODUCCIÓN

La inteligencia concebida como la capacidad del ser humano de solucionar problemas (Fernández y Extremera, 2005) se había centrado en el estudio de los individuos de la especie homo sapiens, no obstante, estas habilidades se han podido identificar en otras especies del reino animal, lo que ha concentrado la atención sobre el tema a investigadores de diversas disciplinas del conocimiento, y las económico-administrativas no son la excepción. Lo atractivo del tema de inteligencia proviene de la creencia de que el éxito en la escuela, el trabajo y el desarrollo socioeconómico de los individuos tiene gran dependencia de la inteligencia que este posea, pero no necesariamente el individuo que tiene mayor movilidad económica presenta una mayor movilidad social. Además: “la inteligencia como capacidad de adaptación a un medio cambiante ha tenido importancia decisiva en la evolución filogenética de los seres humanos” (Ardila, 2011, p. 97). Aunque las investigaciones sobre la inteligencia iniciaron desde el siglo veinte no es hasta que Howard Gardner presenta los tipos de inteligencia que se pone atención a la emocional, donde Payne y Goleman han contribuido tan profusamente, que otras áreas de conocimiento han considerado importantes dichas aportaciones, tales como la educación y la administración empresarial (Blanes, 2022).

La inteligencia emocional de Goleman, describe a un individuo con atributos psicológicos de líderes fuertes y efectivos con autoconciencia, motivación, autorregulación, empatía y habilidades sociales, pero la realidad es que los gerentes “también tiene un compromiso emocional con el statu quo y suelen ser incapaces de ver las cosas desde una perspectiva diferente” (Charles y Gareth, 2011, p. 23). Aunque los gerentes constituyen una fuerza que conserva la inercia del grupo esta puede ser parcial y limitada debido al compromiso que tiene con el crecimiento económico de la empresa. Esta condición emocional en las gerencias altas, llega a ser trascendente para la evolución de la organización, no obstante, la estrategia de acción proviene de las gerencias funcionales, así pues, que para lograr el cumplimiento de los metas de

crecimiento de las organizaciones tanto en la estructura social como la física, se necesitan gerentes generales y medios con habilidades sociales que con el liderazgo estratégico pueden permear, a los empleados y obreros, la visión, misión, objetivos y valores de la organización que promuevan el mejor desempeño (Senge, 2019).

Por ello, si la organización no posee recursos humanos con competencias de líderes, carentes de inteligencia emocional y capacidades para establecer la estrategia del desarrollo en los diversos aspecto y niveles, tales como: la cultura organizacional y el clima laboral, se procura la contratación de agentes de cambio, conocidos como consultores o gurús (Clark, 1996), quienes intervienen en la estructura física y social de la empresa. En la intervención en la estructura social, se busca el equilibrio emocional, mediante herramientas que tendrían influencia sobre la modificación y adecuación de aspectos ontogénicos y filogenéticos, considerado el estado de ánimo y homeostasis (equilibrio psicológico) del individuo pues son los factores de mayor impacto sobre la conducta y los valores del individuo, así como la forma de resolver los problemas que una organización puede representar para el trabajador (Gurux, 2020).

Asimismo, las capacidades cognitivas en conjunto con la inteligencia emocional, pero especialmente las habilidades sociales o interpersonales, son clave para un liderazgo estratégico, que aunado a una organización que aprende, puede promoverse el desarrollo de esta a niveles de alto desempeño, o sea, que un líder fuerte y efectivo tiene las siguientes características (Jiménez, 2018): 1) visión, elocuencia y congruencia; 2) articulación del modelo de negocio; 3) compromiso; 4) estar bien informado; 5) disposición para delegar y otorgar facultades de decisión; 6) uso astuto del poder; e, 7) inteligencia emocional. Así que, en concordancia con el estado del arte, para intervenir o diseñar un plan de mejora de la organización, las capacidades disciplinares de todos los miembros son torales, pero la inteligencia emocional es valiosa para lograr los objetivos ya que de ella depende en gran medida la resistencia al cambio, por lo que el mediador debe tener siempre presente esta condición y estar documentado sobre las bases conceptuales de las emociones y emplearlas a su favor, además de poseer los atributos de un líder emocional para “mejorar el ambiente laboral de la institución por medio de diferentes aspectos como motivar a los colaboradores y hacer sentir a estos que son importantes para la organización” (Romero, 2016, p. 36). No obstante, las bases conceptuales de la inteligencia emocional pueden llegar a ser bastas y complejas, lo que demanda el análisis detallado de la información desde la hermenéutica critica de expertos en psicología y en organizaciones, con la intención de presentar en este ensayo argumentativo, la concurrencia de estas dos disciplinas tan importante en el cambio de clima organizacional.

La inteligencia emocional

Con respecto al entendimiento de la inteligencia, los estudios provienen de la cultura griega que consideraba que casi todo se puede encontrar en la cabeza del individuo, y desde el inicio del siglo XIX comienzan investigaciones más formarles. Las teorías y conceptos de inteligencia son diversas (Villamizar, 2013), y para este ensayo, se considera la teoría de las inteligencias múltiples de Howard Gardner, a quien se puede considerar como el parteaguas de la temática, ya que estableció el concepto de inteligencia, como la capacidad de resolver problemas o elaborar productos que son valorados por el grupo al que pertenece el individuo (Goleman, 2010), es decir, el valor de lo que el individuo tiene en la cabeza para la etnia a que pertenece. Asimismo, Gardner propuso las inteligencias múltiples, a saber: corporal-kinestésica, lógico-matemática, lingüística, musical, espacial, intrapersonal e interpersonal (Blanes, 2022), que después amplió con la naturalista y existencial, las cuales tienen más relación del análisis de la naturaleza humana desde la espiritualidad. Retomando las inteligencias múltiples, algunos detractores (Larivee y Senechal, 2012) señalan que ciertas características empleadas para describir dichas inteligencias corresponden a talentos y no necesariamente a inteligencias, así mismo, afirman que la teoría no muestra una férrea relación entre estas inteligencias tal como puede manifestarlas un individuo en su vida diaria, entre ellas la emocional en vinculación con otras más. No obstante, Goleman retoma la temática y dedica gran parte de su trabajo de investigación, al entendimiento de la inteligencia emocional y su impacto en las relaciones intra e interpersonales, dentro de diversos contextos en los que se desarrolla el ser humano. Asimismo, otros investigadores han publicado aproximaciones sobre habilidades sociales como sinónimo de inteligencia emocional (Betina, 2011), lo que da luz de la importancia de esta.

La inteligencia intrapersonal es acuñada por Goleman como inteligencia emocional, aunque el término ya había sido empleado por Salovey y Mayer (Velasco, 2022), no obstante, Goleman la describió como: la capacidad automotivarse, de perseverar en el empeño a pesar de los posibles frustraciones, de controlar los impulsos, de diferir las gratificaciones, de regular nuestros propios estado de ánimo, de evitar que la angustia interfiera con nuestras facultades racionales y la capacidad de empatizar y confiar en los demás. Es decir, que una definición para el área de conocimiento que nos atañe podría ser (Senge, 2019) “la capacidad de un miembro de la organización para hacer frente a estímulos y problemas asociados a su labor demostrando un autocontrol”, pero también el mantenimiento de los impulsos motivacionales, pues no solo es necesario un ambiente laboral propicio sino también individuos proactivos, colaborativos y cooperativos en la resolución de dichos problemas. Entonces, los elementos de la inteligencia

que pueden identificarse en los individuos y que pueden tener un impacto positivo en el desarrollo de la organización, son: autoconocimiento y autocontrol emocional, automotivación, empatía y relaciones interpersonales (Goleman, 2010).

Relación entre el cerebro y las emociones

El cuerpo humano es todo un misterio a tal grado que aún está en proceso de estudio por las ciencias médicas, pues explican el funcionamiento biológico y somático, pero no en todas las ocasiones los resultados de las investigaciones pueden explicar la conexión de la naturaleza humana y las emociones, de hecho, algunos autores relacionan la inteligencia emocional con el cerebro reptiliano, límbico y neocórtex, así como la distribución y funciones de la neuronas sin que dichos descubrimientos hayan aportado sustancialmente al estudio de las emociones, sino que exponen que hay que presentar atención a las afecciones que el cuerpo puede manifestar y tratar de entender el origen de estas ya que pueden tener gran influencia en la homeostasis y en las emociones del individuo (Osho, 2015), así como su estado de ánimo, con un impacto en su desempeño dentro de la organización independientemente de la posesión de los componentes de la inteligencia emocional.

La naturaleza humana y las emociones pueden entenderse con la conexión entre la amígdala y el neocórtex, es decir, el vínculo entre el corazón y la cabeza, que en general sobrepasa la capacidad del promedio de los individuos para mantenerla en control, por lo que puede llegar a generar un secuestro emocional del cual se puede salir al armonizar la emoción y el pensamiento. Además, la cognición no es suficiente ya que la vida mental no es plana, para lo cual es necesario la conciencia de uno mismo, sin llegar a ser indiferente o apasionado, y se logra mediante una introspección psicológica que lleva a la homeostasia y es la base de la empatía necesaria para iniciar procesos de cambio en las organizaciones (Goleman, 2010).

Los movimientos corporales y la interlocución son algunas manifestaciones de la armonía emocional que posee una persona, y en general es producto del fenotipo donde la empatía mostrada por la familia de origen conduce a generar un individuo empático, que puede tener mejores relaciones interpersonales en la organización, ya que el tono emocional que imprima el locutor permitirá la movilización de los impulsos motivacionales de los demás. La armonía tiene tres grandes factores de influencia, a saber: lo ontogénico, lo filogénico y la homeostasia (Osho, 2015). Es decir, que un empleado idóneo debería de provenir de una familia empática, haber

pertenecido a una organización estable con respecto a las emociones, y además de tener un gran equilibrio psicológico interno constante.

La inteligencia emocional y las organizaciones

Así pues, la inteligencia emocional es un aspecto de la naturaleza humana muy complejo de entender y más de promover, pero que es trascendental para las buenas relaciones interpersonales de los individuos de una organización, por lo que en el desarrollo de las organizaciones se ha puesto atención a estos aspectos y que se identifica en la escuela de la psicología humanista en las empresas. No obstante, es importante recuperar los principios de estudios organizacionales de Weber y Foucault donde muestra que la dominación-poder es la relación más común en las empresas contemporáneas que en obviedad es negativo para la promoción de armonía emocional y las relaciones interpersonales, con un impacto perjudicial para el clima organizacional; y es que aceptar la diversidad humana que las organizaciones pueden poseer, dificulta el abordamiento desde el humanismo para encontrar la solución a los problemas que se pueden presentar en la cultura organizacional, y en general, se termina promoviendo el poder jerárquico que da resultados inmediatos, pero caducos. Por lo anterior, en una intervención desde la inteligencia emocional se procura aprovechar dicha inteligencia de cada uno de los individuos, pero también de la organización apelando a la capacidad de aprendizaje que los grupos de trabajo pueden concretar para lograr la visión, misión y valores de la empresa (Senge, 2005). Entonces, la inteligencia emocional de un grupo puede entenderse como la forma de sentir y compartir experiencias, pero también puede considerarse como las normas y procedimientos que usan las organizaciones para facilitar la colaboración entre los empleados, resolver conflictos, aumentar la armonía emocional en el entorno de trabajo o estimular la creatividad e innovación (Dios, 2018).

Un aspecto importante es la diferencia entre el concepto de emoción, que ya se ha venido tratándose en este ensayo, y el estado de ánimo, y es que el primero es la respuesta a las situaciones vivenciales y la evaluación de la importancia para el bienestar del individuo, mientras que el segundo está íntimamente relacionado con la homeostasis del individuo. Entonces, el desarrollo organizacional debe poner atención no solo en las emociones, sino también en el equilibrio interno del individuo para poder intervenir en pro de mejoras, ya que el desarrollo humano esta imbricado con el desarrollo de las emociones positivas provocadas por el motivo-satisfacción del empleado (Davis, 1991).

El clima organizacional

La inteligencia emocional tiene influencia en las organizaciones en diversos aspectos, no obstante, la relación que guarda ésta con el clima organizacional, entendiendo que son las impresiones, perspectivas y sensaciones que subjetivamente pueden tener los empleados, ya sea de forma explícita o implícita del espacio donde se da el ambiente laboral y que tienen influencia sobre la conducta y motivación de los trabajadores, es decir, son las expectativas e incentivos que existen del medio organizativo (García, 2009). Likert en 1967, propone climas organizacionales distintivos a saber (Olas, 2013): autoritario-explotador, autoritario-paternalista, consultivo y participativo empleando un diagnóstico con base a variables causales, intermedias y finales, que son coincidente con los descubrimientos de Weber sobre la dominación-poder de la organizaciones como medio de producción pero consecuencias negativas en el desarrollo organizacional a largo plazo, por lo anterior, en las últimas fechas se ha promovido la intervención con base a los paradigmas de la psicología humanista y la inteligencia emocional.

Intervención en el clima desde las emociones organizacionales

Cuando las empresas requieren resolver alguna situación o problemática y no cuentan con los recursos humanos capacitados es conveniente en la mayoría de los casos recurrir a un consultor. El consultor se distingue por tener coherencia, poseer visión macro y sistémica, compartir los logros, conocer sus límites, ser creativo, tener los conocimientos para la intervención, y poder identificar las oportunidades, con la meta de recuperar los modelos que la empresa ha venido empleando y le ha funcionado, o la transferencia y apropiación de otros, así como construir la identidad de la organización que permita el logro de diversas metas en un mundo organizacional globalizado con base a la características propias, centrales, distintivas y perennes (Cabrera, 2015).

La transferencia o reapropiación de los modelos, son una de las formas de intervención mediante objetos de gestión, que son herramientas cognitivas de apoyo retórico, y conforman pruebas de realidad y utilidad para la organización. La acción anterior es guiada por diversos agentes, pero el consultor cobra especial importancia, pues emplea los artefactos de gestión, aunque a veces como mero mercader de significados y significancias, que puede llegar a un estado de moda administrativa inaplicable en algunas condiciones de la institución y que puede ser limitante para una reinvención. En ese sentido, siempre habrá la oportunidad de la construcción de un modelo y una identidad de la organización mediante la intervención pronta y oportuna, sistemas de

gestión y control (SGC) con base la teoría de la agencia, la de contingencia y la del ciclo de vida que deben considerar las variables de adopción y de intensidad siempre teniendo presentes las capacidades de la organización para el rendimiento óptimo y poniendo especial énfasis en la inteligencia emocional y las emociones de la organización.

Además, el consultor es un agente de cambio en la cultura organizacional desde los elementos tangibles (explícitos e implícitos) e intangibles y las tipologías culturales de la empresa que se conforman por los valores, el clima, la filosofía, las normas y los comportamientos, mismos que requieren ser identificados en un diagnóstico en concordancia con los estadios de crecimiento, es decir, es un mediador del cambio con origen endógeno o exógeno que con la ayuda de las TIC promueve la competitividad y el desarrollo de las empresas, que en general esta imbricado el clima organizacional y es trascendental cuando de una empresa de estado se trata, pues los recursos humanos tienen gran impacto en las estrategias factibles de implementar, por lo que las variables de mayor impacto son el liderazgo y la efectividad muy relacionadas con las emociones organizacionales. Por lo anterior, es conveniente que durante el reclutamiento de personal se consideren los siguientes dominios: el coeficiente intelectual, la experiencia y la inteligencia emocional, verificando que candidatos posean competencia emocional entendida como empatía y habilidades sociales, y que está conformada por competencias personales y sociales que son importantes para el desarrollo de la organización.

El núcleo duro de las habilidades blandas de Goleman representa la dificultad de lograr el desarrollo humano en los miembros de las empresas, mediante la promoción de la estabilidad emocional y enfatiza sobre esta competencia en los puestos directivos ya que es un punto crítico que el director de área debe superar para poder interactuar y tener una buena actuación con varios grupos de trabajo involucrados en el crecimiento de la empresa a través de una visión en conjunto. El involucramiento en el motivo y la satisfacción del motivo, evocan en el individuo su interés y su alegría como forma de hacerse llegar los sucesos benéficos que se convertirán en satisfacción en él, que llega experimenta gozo. Entonces, para los interventores de la organización es una pauta común higienizar las emociones negativas, antes de proceder a promover las positivas, y que se refleje en desarrollo humano que es un elemento fundamental en el desarrollo organizacional (Escudero y otros, 2014).

El desarrollo de una organización desde la estructura social, requiere que el individuo esté motivado, emocionado y con homeostasis, es decir, que el trabajador se sienta bien, y esta condición puede darse con el afecto positivo asociado una interacción positiva. No obstante, en

el ambiente laboral cotidiano, lo positivo va añadido con lo negativo, o sea, situaciones desagradables como puede ser el estrés generado por la demanda de mayor productividad, es decir, un obrero motivado requiere sentirse bien, poseer emociones positivas y estar motivado.

Como un primer acercamiento, se considera que la motivación es el acto de activar y dirigir a la conducta, para lo que se requiere energía, objetivo claro y la capacidad de capitalizar dicha energía en un periodo suficiente para lograr la meta preestablecida en la organización, se puede explicar dicha conducta bajo cuatro teorías, a saber: de los instintos, reducción de impulsos, excitación y necesidad de Maslow (Fernández y Extremera, 2005). En general, se puede identificar que la gestión empresarial moderna emplea la necesidad del trabajador como forma de motivación extrínseca, lo que puede dar resultados sobre el crecimiento de la empresa a corto plazo, pero una apreciación afectiva negativa lo que seguramente generará el retorno a las condiciones iniciales de la empresa. Asimismo, se pueden encontrar organizaciones que emplean alguna de las otras tres formas de promoción de la motivación, con resultados no tan prometedores.

Entonces, las emociones y su función de ser el origen de la motivación se pueden comprender como un producto de la reacción del individuo ante sucesos de la vida importantes, después de haber iniciado dicha reacción se generan sentimientos, se moviliza el cuerpo, se generan los estados motivacionales y se producen expresiones faciales reconocibles (Reeve, 1991) siempre y cuando el individuo se sienta bien, es decir, que las emociones generan la acción motivada, que en general, las que más se logran identificar por la mayoría de los individuos es el temor y la alegría que son los empleados en los interventores en las organizaciones. Así pues, en la promoción del cambio en el clima organizacional se busca que el sujeto realice con eficacia la reacción conductual apropiada e independiente de su cualidad hedónica para lo cual conviene apelar las tres funciones principales de las emociones, a saber: adaptativa, social y motivacional, de estas, la última es la que cobra mayor importancia ya que es el origen de los impulsos motivacionales que redundaran en mejor desempeño laboral y constituye la base de la emoción humana de mayor trascendencia para la administración y gestión empresarial, por lo que la motivación extrínseca positiva ha mostrado tener un mayor impacto la madurez emocional y consecuentemente sobre el desarrollo humano que coadyuva al desarrollo organizacional.

CONCLUSIONES

La definición de inteligencia depende del área de estudio, de la interpretación del autor y demás factores propios de la disciplina, por lo que no existe una única. Para este ensayo, a través de un análisis hermenéutico de la información disponible en fuentes primarias, se consideró como la suma de habilidades cognitivas y conductuales que le confieren al individuo la capacidad de adaptación a la estructura física y social de la organización y que le permiten participar activamente en procesos de cambios dentro de esta. Asimismo, la ontogénesis y la filogénesis tienen gran impacto sobre la inteligencia de los individuos, lo cual se puede apreciar en la actitud y los valores ante la resolución de los problemas que se suscitan en la organización, que en conjunto con la habilidad cognitiva apropiada redunda en éxito de la empresa (García, 2010).

Para el establecimiento del concepto de emociones, se ha venido abordando de diversas disciplinas que estudian la naturaleza humana -psicológico, espiritual, educativo, antropológico y biológico-, donde varias de ellas concuerdan que el reflejo observable de que un individuo esta emocionado, manifiesta agrado/desagrado, tensión/relajación, y excitación/calma que puede explicarse con diversos modelos, siendo el referente más común el tridimensional de Lang (Martínez, 2012). Asimismo, la aproximación desde lo biológico-cognitivo que es donde se pueden tener mayor evidencia de la inteligencia emocional bajo el paradigma de Kuhn (Bird, 2012), se ha establecido la relación entre la mente y las estructuras subcorticales y corticales del cerebro. No obstante, a pesar de lo complejo que la inteligencia emocional y su fomento en la organización puede llegar a representar, es una puerta a la oportunidad desde el humanismo para el crecimiento de la empresa y el desarrollo humano y así, producir un desarrollo organizacional desde la estructura física y social, las conductas y los procesos de mejora, aunque esta acción implique una alfabetización emocional de los integrantes de dicha organización.

La inteligencia emocional depende en gran medida de la ontogenia, la filogenia y la homeostasis -manifiesta como armonía emocional y estado de ánimo del individuo-, donde lo ontogénico en raras ocasiones puede ser modificado y depende del deseo del individuo. La homeostasis es propia del organismo, pero lo filogenético se puede adecuar a las condiciones y contexto laboral mediante rudimentos o principios de intervención para que un individuo pueda proveer trabajo colaborativo y cooperativo para el logro de los objetivos de la organización, pero el empleado debe poseer armonía emocional o el consultor/interventor debe fomentar la inteligencia emocional mediante las relaciones dentro del grupo. Para lograr lo anterior, se debe promover que el individuo sea capaz de organizar equipos de trabajo, negociar soluciones, conexiones personales

y el análisis social, a través de talleres que son producto de un diseño de intervención para el desarrollo organizacional.

Las emociones tienen la función adaptativa, social y motivacional, las cuales pueden agruparse en familia de primarias (aversión, sorpresa, felicidad, tristeza, ira y miedo) y secundarias o filogenéticas (Goleman, 2010). Dichas emociones pueden ser positivas (motivo-satisfacción) y negativas (amenaza-daño), donde las primeras no pueden ser promovidas en las organizaciones sin antes higienizar las segundas. Desde el estudio de lo biológico-cognitivo, se pueden entender los elementos de la inteligencia emocional que pueden agruparse como los cognitivos (empatía, habilidades sociales, autoconocimiento, y autocontrol) y los biológicos (motivación), así como la emoción genera motivación, teniendo como condicionante la homeostasis que se puede identificar en estado de ánimo y armonía emocional del individuo.

Finalmente, es importante considerar a la organización como un lugar que se ve alterado por los sentimientos, valores, actitudes, expectativas y aspiraciones de los miembros, y que se refleja en el clima organizacional, cuyos gurús deben considerar para el desarrollo o mejora de entorno empresarial, donde el centro de todo está el humano, mismo que puede ser estudiado con las bases conceptuales de las emociones expuestas en este ensayo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ardila, R. (2011). Inteligencia. ¿qué sabemos y qué nos falta por saber? *Revista de la Academia Colombiana de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales*, 97-103. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0370-39082011000100009&lng=en&tlng=es.

Betina, A. (2011). Las habilidades sociales en niños y adolescentes. Su importancia en la prevención de trastornos. *Fundamentos en humanidades*, 159-182. https://www.redalyc.org/pdf/184/18424417009.pdf

Bird, A. (2012). La filosofía de la historia de la ciencia de Thomas Kuhn. *Discusiones filosóficas*, 167-185. http://www.scielo.org.co/pdf/difil/v13n21/v13n21a10.pdf

Blanes, A. (25 de enero de 2022). *La teoría de las inteligencias multiples.* UAB: http://bioinformatica.uab.cat/base/documents/genetica_gen/portfolio/La%20teor%C3%ADa%20de%20las%20Inteligencias%20m%C3%BAltiples%202016_5_25P23_3_27.pdf

Cabrera, G. (2015). *Plan de Negocios para una Empresa de Consultoría de Gestión Empresarial en Bogotá. Tesis de Maestria. Bogotá: Universidad la Gran Colombia.* Bogotá: Universidad la Gran Colombia.

Clark, T. (1996). The management guru as organizational witchdoctor. *Organization*, 85-107. https://ink.library.smu.edu.sg/lkcsb_research/6263

Davis, K. (1991). *Comportamiento humano en el trabajo. Comportamiento organizacional.* McGraw-Hill.

Dios, B. (2018). *Educación socioemocional 6.* Santillana.

Escudero, J., Delfin, F. & Arano, R. (2014). El desarrollo organizacional y la resistencia al cambio en las organizaciones. *Ciencia administrativa*, 1-9. https://www.uv.mx/iiesca/files/2014/09/01CA201401.pdf

Fernández, P. & Extremera, N. (2005). La inteligencia emocional y la educación de las emociones desde el Modelo de Mayer y Salovey. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 63-93. https://www.redalyc.org/pdf/274/27411927005.pdf

García, E. (2010). Desarrollo de la mente: filogénesis, sociogénesis y ontogénesis. En M. y. Maceiras, *Ciencia e investigación en la sociedad actual* (págs. 1-26). Madrid, España: San Esteban. https://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento25317.pdf

García, M. (2009). Clima organizacional y su diagnóstico: Una aproximación Conceptual. *Cuadernos de Administración*, 43-61. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225014900004

Goleman, D. (2010). *Inteligencia emocional.* Kairos.

Gurux. (10 de 12 de 2020). *administracion, gerencia y gestion*. administracion, gerencia y gestion: https://www.elgurux.com/diferencias-entre-gerencia-y-gestion.html

Jiménez, A. (2018). Inteligencia emocional. *AEPap (ed.). Curso de Actualización Pediatría 2018*, 457-469. https://www.aepap.org/sites/default/files/457-469_inteligencia_emocional.pdf

Larivee, S. & Senechal, C. (2012). El modelo de Gardner: excesos y falsas esperanzas. *Revista mexicana de investigación en psicología*, 148-155. https://www.medigraphic.com/pdfs/revmexinvpsi/mip-2010/mip102m.pdf

Martínez, M. C. (2012). Estado actual de la investigación sobre la teoría tridimensional de la ansiedad de Lang. *Repositorio Institucional de la Universidad de Alicante*, 201-219. http://hdl.handle.net/10045/35859

Olas, A. (2013). El clima laboral en cuestión. Revsión bibliografía-descriptiva y aproximación a un modelo explicativo multivarible. *Aposta*, 1-35. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950252002

Osho. (2015). *El equilibrio cuerpo-mente.* Grijalbo.

Reeve, J. (1991). *Motivación y emoción.* McGraw-Hill.

Romero, H. (2016). *Inteligencia emocional y clima organizacional. Tesis de licenciatura.* Quetzaltenango, Guatemala: Universidad Rafael Landívar. http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2016/05/43/Romero-Hassan.pdf

Senge, P. (2019). *La quinta disciplina: el arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje.* Granica.

Velasco, J. (25 de enero de 2022). *La inteligencia emocional.* https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/indata/v04_n1/inteligencia.htm

Villamizar, G. (2013). Definiciones y teorías sobre inteligencia. Revisión histórica. *Psicogente*, 407-423.