



Revista Internacional **ADMINISTRACION & FINANZAS**

Volumen 11

Número 3

2018

CONTENIDO

- La Influencia de la Cooperación en los Resultados Empresariales de las Pymes, Región Sureste de Coahuila, México** 1
Baltazar Rodríguez Villanueva, Rosalva D. Vásquez Mireles, Francisco Javier García Rincón & Juan Sergio Hernández Rodríguez
- ¿Es El Liderazgo Transformacional un Predictor del Compromiso Afectivo y la Intención de Permanencia en la Organización?** 17
Marisela Vargas-Salgado, Aurora Irma Máynez-Guadarrama, Karla Gabriela Gómez-Bull & Jocelyn Daniela Alonso-Ochoa
- El Impacto de la Calidad en las Finanzas de la Industria del Vestido de Puebla, México** 29
Mario Antonio Burguete García, Ramón Sebastián Acle Mena, Enrique Darío Romero y Cejudo & Pablo Daniel Palacios Duarte
- Baby Boomers Una Generación Puente** 47
Juana María Saucedo Soto, Alicia Hernández Bonilla, Alicia de la Peña de León, Bernardo Amezcua Núñez & Guiselle Paola López González
- Influencia de la Dimensión Ambiental de la Responsabilidad Social Corporativa en la Innovación de las Empresas Manufactureras de México** 57
Cecilia Martínez Villalobos, Roberto González Acolt & Manuel Díaz Flores
- Tecnologías de Información y Gestión del Conocimiento en Mipymes del Sector Hotelero de Campeche, México** 69
Román Alberto Quijano García, Luis Alfredo Arguelles Ma, Fernando Medina Blum & Deneb Elí Magaña Medina
- Análisis Costo Beneficio de la Atención del Riesgo de Trabajo en el Instituto Mexicano del Seguro Social** 83
Flor de María Tavera Ramírez, Virginia Hernández Silva & María Isabel Escobedo López
- Valor Percibido Por el Empleado Sobre su Satisfacción Laboral** 95
Cristina del Pilar López Saldaña, Adriana Guadalupe Chávez Macías, Maricela Carolina Peña Cárdenas & Juanita Lizeth Guevara Garza

LA INFLUENCIA DE LA COOPERACIÓN EN LOS RESULTADOS EMPRESARIALES DE LAS PYMES, REGIÓN SURESTE DE COAHUILA, MÉXICO

Baltazar Rodríguez Villanueva, Universidad Autónoma de Coahuila
Rosalba D. Vásquez Mireles, Universidad Autónoma de Coahuila
Francisco Javier García Rincón, Universidad Autónoma de Coahuila
Juan Sergio Hernández Rodríguez, Universidad Autónoma de Coahuila

RESUMEN

La cooperación empresarial, puede representar un factor de ventaja competitiva en las PyMes, si logra transformarse en un vínculo de competitividad. El objetivo principal de esta investigación es analizar la cooperación empresarial en cuatro dimensiones: cooperación para producir, cooperación para innovar, cooperación para mercado y cooperación para administrar, para determinar si existe relación con los resultados empresariales y establecer cómo se ven influidos por las actividades cooperativas. Para lograrlo, se diseñó un instrumento de medición con las dimensiones mencionadas. El estudio es descriptivo, correlacional y transversal; se realizó en 83 PyMes del sector metalmecánico, automotriz y autopartes de la región sureste de Coahuila, México. De esta muestra, 36% ha llevado a cabo actividades cooperativas para innovar, el 29% para producir, el 20% para administrar y el 15% para el mercado. La actividad cooperativa más utilizada está dirigida hacia la gestión de la innovación y los procesos productivos. Al analizar las respuestas de la cooperación para innovar, los resultados arrojan que 22% coopera para intercambiar información técnica, el 20% para incorporar nuevas tecnologías, el 18% comparte capacidades de diseño, el 16% comparte proyectos de innovación en procesos, el 14% para innovaciones del producto y el 10% aporta capital para nuevos proyectos. Se comprueba la hipótesis planteada en el sentido de que existe relación estadística, positiva y significativa entre las actividades cooperativas y los resultados empresariales. Finalmente, se concluye que las empresas consideradas registran actividades pertinentes al campo de las relaciones de cooperación que influyen en los resultados empresariales.

PALABRAS CLAVE: Cooperación Empresarial, Resultados Empresariales, Pequeñas y Medianas Empresas

COOPERATION INFLUENCE IN BUSINESS: EVIDENCE FROM SME'S IN THE SOUTHEASTERN REGION OF COAHUILA, MÉXICO

ABSTRACT

Business cooperation represents a factor of competitive advantage in SMEs if it manages to become a competitive link. The objective of this research is to analyze business cooperation in four dimensions: cooperation to produce, cooperation to innovate, cooperation for the market and cooperation for health. We wish to determine if there exists a relationship between business results and cooperative activities. To achieve this, a measuring instrument was designed. The study is descriptive, correlational and transversal. The study was carried out in 83 SMEs in the metal-mechanic, automotive and auto parts sectors of the southeastern region of Coahuila, México. Among the sample, 36% firms carried out cooperative activities to innovate, 29% to produce, 20% to administer and 15% to market. Cooperative activity has been designed more for the management of innovation and productive processes. Some 22% share innovative projects,

20% share innovations, 20% accept new technologies, 18% share design capabilities, 16% share innovation projects in processes, 14% for product innovation and 10% provides capital for new projects. The proposed hypothesis is verified in the sense that there is a positive and significant relationship between cooperative activities and business results.

JEL: D21, D71, L14, L61, M10

KEYWORDS: Business Cooperation, Business Results, Small and Medium Enterprises

INTRODUCCIÓN

Para poder subsistir y competir en el entorno actual, las empresas de todos los sectores y tamaños necesitan responder sustancialmente para adaptarse a los nuevos requerimientos de los mercados altamente competitivos que las obliga a actuar de manera diferente para lograr un mejor posicionamiento. A través de la cooperación empresarial, algunas de las pequeñas y medianas empresas mexicanas (en adelante PyMes), han buscado la manera no solo de mantenerse en el mercado, sino de buscar ventajas competitivas, lamentablemente, esta estrategia la han seguido muy pocas empresas todavía. La teoría de recursos y capacidades reconoce al capital intelectual como un activo fundamental, en tal sentido, la estrategia de cooperación empresarial es considerada como parte sustantiva del capital relacional, por eso es conveniente llevar a cabo estudios que profundicen en los vínculos de cooperación. En lo interno, las empresas deben desplegar el aprendizaje, la adquisición y transferencia de conocimientos y capacidades tecnológicas y de innovación y en el entorno, deben desarrollar fuertes nexos de cooperación y alianzas con otras empresas e instituciones.

Resulta imprescindible por lo tanto, incorporar la estrategia de cooperación a la estrategia empresarial. El objetivo principal de esta investigación es analizar la cooperación empresarial en cuatro dimensiones: cooperación para producir, cooperación para innovar, cooperación para mercado y cooperación para administrar, para determinar si existe relación con los resultados empresariales y establecer cómo se ven influidos por las actividades cooperativas. Para lograrlo, se diseñó un instrumento de medición con las dimensiones mencionadas. El estudio se realizó en 83 PyMes, dedicadas a las actividades metalmeccánica, automotriz y autopartes de la región sureste de Coahuila, México.

Este documento está estructurado de la siguiente manera: al inicio se presenta la revisión de la literatura que brinda el sustento conceptual y la tipología de la cooperación empresarial, después se incluye la metodología que describe el tipo y el diseño de investigación y los procedimientos para diseñar el instrumento de medición, posteriormente se incorpora la sección de los resultados obtenidos y finalmente las conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación.

REVISIÓN DE LITERATURA

El capital intelectual es considerado por la teoría de recursos y capacidades como uno de los activos intangibles fundamentales y está constituido por el capital estructural, el capital humano y el capital relacional, en tal sentido, Barney (1991) citado por Araiza et al (2010), considera que estos recursos pueden ser heterogéneos y son fortalezas para que las empresas puedan utilizarlos estratégicamente. En esta dirección, de acuerdo con Gulati (1998) la cooperación entre empresas complementa las capacidades y es considerada como una actividad que puede beneficiar a ambas empresas. Los diferentes esquemas o modelos de colaboración de empresas de diferentes tamaños se han convertido, actualmente, en una práctica común a nivel mundial. Revisando la literatura de algunos exponentes de las diferentes teorías y enfoques de la cooperación empresarial, se pueden mencionar los siguientes:

Para Hitt, Ireland y Hoskisson (2008) La estrategia de cooperación empresarial consiste en que dos o más empresas trabajan juntas para lograr un objetivo común. Otra de las definiciones de la cooperación interempresarial es la que aportan Araiza y Velarde (2008), quienes señalan que se puede definir como la interacción de las pequeñas y medianas empresas independientes con un propósito específico, que les permiten intercambiar recursos que mutuamente les benefician. García Canal (1991), argumenta que la cooperación empresarial puede ser definida como un conjunto de acciones conscientes y deliberadas realizadas por dos o más empresas, entre las que no existe una relación de subordinación, que optan por coordinar sus interdependencias a través de mecanismos que vinculan a las empresas en mayor medida que la relación de mercado, sin que se instaure entre ellas una relación jerárquica como la existente dentro de una empresa. Por otra parte, González del Campo (2009), sintetiza las aproximaciones al proceso de cooperación interempresarial, desde distintos enfoques y teorías: economía de redes; enfoque organizacional; teoría de la dependencia de recursos; perspectiva evolutiva; enfoque del valor transaccional; teoría de juegos, de la agencia y la teoría del poder del mercado.

Adicionalmente, Ojeda Gómez (2009), sintetiza que el estudio de la cooperación empresarial ha sido tradicionalmente abordado desde tres enfoques: la teoría de los costos de transacción, la teoría de la organización y el enfoque estratégico. Coase (1937) y Williamson (1975 y 1985), ofrecen una de las primeras y principales explicaciones de la cooperación empresarial desde el enfoque de la teoría de los costos de transacción e indicaron que ésta representa aquéllos acuerdos tendientes a reducir dichos costos. Por lo tanto, la decisión de cooperar requiere de un análisis de costo-beneficio que incluya la consideración de los costos de oportunidad. La teoría de la organización postula por su parte que los acuerdos de cooperación son un medio para gestionar los recursos propios de la empresa y los que son propiedad o controlados por otras, y la cooperación son un medio para llegar a ellos. Al respecto, García Canal (1991) considera que de acuerdo a las contribuciones de la teoría de la organización, pueden distinguirse dos manifestaciones de la cooperación empresarial: a) acuerdos de cooperación y b) redes de empresas.

Otros autores como Fernandes da Silva, (2005); Medina, Ortiz y Sacristán, (2007), mencionan que el enfoque estratégico considera que las relaciones o vínculos de cooperación, son una forma de poner en práctica la estrategia de la empresa. Para esto, las empresas pueden elegir entre seguir una estrategia de cooperación o una estrategia de competencia, de acuerdo a Blanchot (1999) y a Montoro (2005). Establecer una relación de cooperación con otra empresa permite hacer uso de sus recursos Casanueva, Castro y Galán, (2006), y aprovechar sus capacidades y conocimiento.

Se esperaría que éstos, con el tiempo, sean internalizados, incrementando el stock de recursos y capacidades de las empresas participantes. Así, las empresas son diferentes porque cada una desarrolla su propio potencial gracias a sus recursos y capacidades De Oliveira y Evaldo, (2003). En tal sentido, como se mencionó anteriormente, el enfoque en que se fundamenta esta investigación es en base a la teoría de los recursos y capacidades, pues de acuerdo con Martos, Fernández, Jardón y Figueroa (2008), el concepto de capital intelectual está muy relacionado con la teoría de los recursos y capacidades, ya que los intangibles forman parte de los recursos y capacidades de las organizaciones, como base en la formulación de su estrategia.

Martín y Gaspar, (2005); Montoro, (2005), señalan que las relaciones de cooperación también pueden ser un medio a través del cual se desarrollan sinergias. Estas sinergias se obtienen al compartir, acceder o complementar recursos, capacidades, conocimiento, experiencia y del acceso o transferencia de tecnología, que incrementan el potencial estratégico para lograr los objetivos comunes de las empresas en el vínculo. Dyer, Kale y Singh, (2005); Medina (2007), mencionan que las sinergias se generan cuando dos o más negocios o productos, y sus recursos y competencias, se complementan y refuerzan mutuamente.

Para Ojeda Gómez, (2009), la cooperación empresarial se concreta a través de las relaciones o vínculos que éstas establecen entre sí y señala que es un acuerdo para el trabajo común de dos o más empresas

jurídicamente distintas que interactúan con la finalidad de generar sinergias y se comprometen a la realización de un proceso de generación de valor, mismo que se comparte. Adicionalmente, diversos estudios realizados por Briones, Laborda y López (2007), Menguzzato (1992), han encontrado que la elección de una estrategia de cooperación, responde a varios tipos de necesidades: La mejora de la competitividad; la adaptación a las condiciones del entorno; lograr una expansión geográfica de los mercados y la internacionalización.

En el caso de México, autores como López M. y Pérez S.O. (2008), aportan resultados sobre algunas maneras en que se asocian las empresas y presentan evidencia de algunos casos de éxito. Debido a las ventajas que se pueden obtener de la cooperación empresarial, resulta interesante entonces indagar y aportar resultados sobre este tipo de estrategia empresarial, la cual es ya utilizada cotidianamente por otras empresas en el mundo. En relación a los tipos de cooperación, la presente investigación se basa en la propuesta de Araiza et al (2010) y la cual se presenta a continuación en la Tabla 1:

Tabla 1: Tipología de la Cooperación Interempresarial

Tipo de Cooperación	Definición Conceptual
Cooperación para Producir	Vínculos de colaboración que se establecen para la obtención de economías de escala, disminuir costos y mejorar la calidad y productividad de las PyMes.
Cooperación para Innovar	Vínculos de colaboración que se establecen entre las PyMes para disminuir riesgos, costos y tiempo, principalmente asociados a propiciar y desarrollar su potencial innovador.
Cooperación para Mercado	Vínculos de colaboración que se establecen entre las PyMes para la búsqueda y acceso a mercados; difusión, promoción y distribución de sus productos; obtención de economías de escala para acceder a mercados y reducción de costos.
Cooperación para Administrar	Vínculos de colaboración que se establecen entre las PyMes para desarrollar la capacidad empresarial y tener conocimientos prácticos de gestión y acceso a información sobre instrumentos de crédito y financiamiento e incentivos fiscales, así como efectuar el entrenamiento de los trabajadores.

Fuente: Araiza et al (2010). En la tabla 1, se definen de manera conceptual las diferentes tipologías de la cooperación interempresarial, las cuales consideran cuatro dimensiones (cooperación para producir, cooperación para innovar, cooperación para el mercado y cooperación para administrar) que se utilizaron en la presente investigación y que fueron propuestas por Araiza et al. (2010).

Medición de la Variable Desempeño o Resultados Empresariales

Gálvez y García Pérez (2012), mencionan que a nivel internacional, se han llevado a cabo diferentes metodologías y herramientas para medir el desempeño o resultados empresariales, las cuales pueden ser de tipo financiero, operativo o de eficacia. Algunas pueden ser objetivas, porque se extraen de cifras o datos y son resultado de sistemas contables y presupuestales por ejemplo el sistema de mando integral (Balanced Score Card) y otras son subjetivas porque se obtienen a través de la recolección de la percepción o los puntos de vista de los actores involucrados en los procesos de la empresa y, en algunos casos, en observadores externos.

Pero en general, señala Estrada y Sánchez (2009) puede decirse que hasta el momento no hay un acuerdo en relación a un indicador que pueda ser generalizable para medir el rendimiento empresarial. No obstante, para medir los resultados empresariales Acosta y Luiz (2013), realizaron una revisión de estudios empíricos que atienden a criterios de desempeño, tanto económicos como no económicos. En la sección de metodología se incluyen los indicadores utilizados para medir los resultados empresariales.

METODOLOGÍA

Por sus propiedades, la presente investigación utiliza un diseño descriptivo-correlacional, ya que tiene como finalidad entender la asociación entre dos variables: la influencia de la estrategia de cooperación, en cuatro dimensiones, con los resultados empresariales. El diseño de la investigación es no experimental y por la

temporalidad (horizonte) de la recolección de los datos la investigación es transeccional o transversal. Las encuestas fueron levantadas los meses de junio y julio de 2017 y no se tiene contemplado en el corto plazo recolectar datos en otro momento para verificar si hubo cambios en las variables consideradas. Para determinar la población y el tamaño de la muestra, se utilizó el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), para empresas del sector metalmecánico, automotriz y autopartes de la región sureste de Coahuila, constituida por los municipios de Saltillo, Ramos Arizpe y Arteaga, creando un Directorio de 384 establecimientos. Para esta población, con elementos de diferentes características por su tamaño, la determinación del tamaño de la muestra, se llevó a cabo aplicando un muestreo estratificado con asignación de Jerzy Neyman para variables cualitativas.

Las características de este tipo de muestreo es que para esta investigación en particular, permiten calcular el tamaño de la muestra considerando simultáneamente el número de empresas a examinar por estrato, o tamaño de la empresa y cada elemento de las unidades de la muestra tiene la misma probabilidad de pertenecer a la muestra. Considerando un nivel de confianza de 95%, con un margen de error del 10%, el tamaño mínimo de la muestra para ser representativa es de 77 casos, sin embargo, se levantaron 83 encuestas en total.

Con información de estudios empíricos, fue posible identificar las variables, dimensiones e indicadores para diseñar un instrumento propio. Se tomaron algunos instrumentos que han sido aplicados con anterioridad, como es el caso de la encuesta sobre la tipología de la cooperación de Araiza et al (2010) y la encuesta utilizada para las empresas de la industria metalmecánica e inyección plástica en Cd. Juárez Chihuahua de Jiménez C. y Sánchez B. (2015).

El resultado fue una encuesta estructurada autoadministrada. Este cuestionario consta de 93 preguntas, (8 variables de control), la mayoría con 05 opciones de respuestas en escala Likert. Sobre esta base se consideraron 04 dimensiones relacionadas con la cooperación empresarial: Cooperación para Producir, Cooperación para Innovar, Cooperación para Mercado y Cooperación para Administrar y 03 para los resultados empresariales.

Al utilizar SPSS v21, para determinar el Alpha de Cronbach (que determina el valor de confiabilidad del instrumento; cuanto más cerca se encuentre el valor de alfa a 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados.), se obtuvieron los siguientes resultados: 0.932 para la variable independiente: cooperación interempresarial y 0.906 para la variable dependiente: resultados empresariales, que de acuerdo con el criterio de George y Mallery (2003) son excelentes. Con la finalidad de demostrar la relación que existe entre estas variables, se estableció la siguiente hipótesis:

H₁: Existe relación significativa y positiva entre la cooperación empresarial y los resultados empresariales de las PyMes del sector metalmecánico, automotriz y autopartes de la Región Sureste de Coahuila.

En la tabla 2 se presenta la matriz de operacionalización de la variable independiente: cooperación interempresarial.

Tabla 2: Operacionalización de la Variable: Cooperación Interempresarial

Variable	Dimensión Tipología De Cooperación	Indicadores Actividades Cooperativas
COOPERACIÓN INTEREMPRESARIAL	Cooperación Para Producir	1. Comparten maquinaria
		2. Subcontratan pedidos
		3. Complementan procesos
		4. Comparten asesoría técnica
		5. Comparten compras de maquinaria
		6. Realizan la compra de materia prima en forma conjunta
	Cooperación Para Innovar	7. Aportan capital para nuevos proyectos
		8. Comparten proyectos de innovación relacionados al producto
		9. Comparten proyectos de innovación relacionados al proceso
		10. Comparten capacidades de diseño
		11. Se apoyan para la incorporación de nuevas tecnologías
		12. Intercambian información técnica
Cooperación Para Mercado	13. Realizan venta conjunta de productos	
	14. Realizan investigación de mercados en forma conjunta	
	15. Publicitan sus productos de manera conjunta	
	16. Comparten el transporte para la distribución de productos	
	17. Comparten información para exportar	
	18. Acceden a mercados de exportación de forma conjunta	
Cooperación Para Administrar	19. Proporcionan el servicio (asesoría) a clientes de ambos	
	20. Comparten asesoría de negocios	
	21. Acceden a créditos de forma conjunta (Unión de Crédito)	
	22. Comparten la capacitación a su personal	
	23. Se apoyan para obtener certificaciones	
	24. Acceden a apoyos gubernamentales en conjunto	
	25. Realizan eventos (ferias, exposiciones, seminarios)	
	26. Comparten el uso de sistemas administrativos	
	27. Acceden a incentivos fiscales en forma conjunta	
	28. Efectúa otras actividades cooperativas. Especifique:	

Fuente: Elaboración propia a partir de Araiza 2010. La tabla 2 presenta 28 indicadores considerados para medir cada una de las cuatro dimensiones o tipologías de la cooperación empresarial. Se utilizó escalamiento tipo Likert con cinco opciones de respuesta, desde poco importante hasta muy importante.

En la tabla 3 mostrada a continuación, se presentan los indicadores considerados para medir las respuestas a la variable dependiente, en este caso: los resultados empresariales. Prueba de Hipótesis. Para la prueba de hipótesis se optó por utilizar una estrategia estadística no paramétrica consistente en el análisis del coeficiente de correlación Rho de Spearman, que permite ver el grado de relación respecto a las variables clave que tienen influencia en este caso la cooperación empresarial, con los resultados empresariales, esta situación como se mencionó, precisó de la utilización de una prueba de correlación no paramétrica para variables cualitativas con nivel de medición ordinal y/o nominal.

Tabla 3: Indicadores de Desempeño Empresarial/Resultados Empresariales

Indicadores de Resultados Empresariales	
1. Desarrollo de nuevos productos	12. Mejoras en los procesos
2. Incremento en las ventas	13. Mejora en los sistemas de distribución de sus productos
3. Incremento en el flujo de efectivo	14. Mejora en la capacitación de su personal
4. Mayor producción	15. Disminución de los costos de desarrollo e innovación tecnológica
5. Desarrollo de nuevos procesos	16. Disminución de los costos relacionados con la venta de sus productos
6. Obtuvo acceso a nuevos mercados nacionales	17. Incremento en las utilidades
7. Mejoras en trámites de financiamiento	18. Disminución de costos de producción
8. Mejoras en los productos	19. Disminución en el riesgo sobre la inversión en el desarrollo e innovación tecnológica
9. Obtuvo acceso a mercados internacionales	20. Conservar clientes
10. Acceso a apoyos gubernamentales	21. Desarrollo de la experiencia en la cooperación entre empresas
11. Incremento en la calidad de sus productos	22. Obtuvo otros beneficios. Especifique:

Fuente: Elaboración propia a partir de Araiza 2010 y Jiménez C. y Sánchez B. (2015). La tabla 3 presenta 22 indicadores considerados para medir las respuestas a la variable dependiente, en este caso, los resultados empresariales, se utilizó escala Likert con 5 opciones de respuesta, desde poco importante, hasta muy importante.

RESULTADOS

La muestra fue de 83 empresas dedicadas a las actividades de la industria metalmecánica, automotriz y autopartes de la región sureste de Coahuila. Para procesar la información se utilizó el programa estadístico SPSS versión 21, cuyos resultados se muestran a continuación. La distribución por tamaño de empresas se exhibe en la tabla 4, la cual presenta cuatro estratos: microempresas, pequeñas empresas, medianas empresas y grandes empresas y está basada en el número de trabajadores ocupados en promedio en un año de operación.

Tabla 4: Distribución por Tamaño de Empresas

	Frecuencia	Porcentaje %
Micro	4	4.8
Pequeña	40	48.2
Mediana	27	32.5
Grande	12	14.5
Total	83	100.0

Fuente: Elaboración propia BRV/2017. En la tabla 4 se observa que el 5% de las empresas investigadas son microempresas, 48% corresponde al estrato de pequeña empresa y el 33% a mediana empresa. También participaron 12 empresas grandes con el 15% del total.

Análisis de la Cooperación Empresarial

En relación al tipo de actividades cooperativas se realizaron 4 preguntas: si han efectuado actividades formales, contractuales, altamente estructuradas o informales. En caso de respuesta afirmativa se utilizó escalamiento Likert con 5 opciones: Totalmente en desacuerdo, bastante en desacuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo, bastante de acuerdo y totalmente de acuerdo. Los resultados revelan que el 66.3% ha cooperado formalmente, de éstos el 2.4% está bastante en desacuerdo, el 22.9% bastante de acuerdo y el 41% totalmente de acuerdo en cooperar. El 33.7% manifestó no haber realizado actividades cooperativas. Respecto a actividades de cooperación contractuales el 57.8% si ha tenido contratos de los que el 1.2% está bastante en desacuerdo, el 3.6% ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 18.1% bastante de acuerdo y el 34.9%

bastante de acuerdo. El 42.2% no ha realizado actividades de este tipo. Solamente el 27.7% ha tenido actividades cooperativas altamente estructuradas, mientras que el 72.3% no ha realizado actividades de este tipo; de los que sí han tenido, el 2.4% manifestó no estar ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 12% bastante de acuerdo y el 13.3% bastante de acuerdo. Finalmente, el 55.4% aceptó haber tenido actividades informales, de éstos el 3.6% señaló estar bastante en desacuerdo, 7.2% ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 26.5% bastante de acuerdo y el 18.1% totalmente de acuerdo. El 44.6% declaró no tener actividades cooperativas informales.

Necesidades Para Cooperar

Para identificar las necesidades que los impulsarían a establecer una relación de cooperación, se utilizaron 21 ítems en cuatro tipos de necesidades: de producción, de innovación, de mercado y de administración. La tabla 5 muestra los resultados de las respuestas de los empresarios a las necesidades para cooperar:

Tabla 5: Necesidades Para Cooperar

Necesidades Para Cooperar	Si	%	No	%	Ponderado Si
Necesidades de Producción	255	76.81	77	23.19	28.60 %
Necesidades de Innovación	255	61.44	160	38.56	22.88 %
Necesidades de Mercado	347	59.72	234	40.28	22.24 %
Necesidades de Administración	293	70.60	122	29.40	26.29 %
1,743	1,150	65.98	593	34.02	100.0 %

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas BRV 2017

La tabla 5 revela que el 66% estaría impulsado a realizar cooperación en alguna actividad, mientras que el 34% no considera esta posibilidad. La última columna de la tabla 5, presenta los porcentajes que le corresponden a cada una de las actividades en relación a su peso ponderado, basados en las respuestas afirmativas. Aunque los resultados parecen equilibrados, la conclusión es clara: el 28.60% tiene necesidades de cooperar para producir; 26.29% para administrar; 22.88% de innovación y el 22.24% restante necesidades de mercado. Al analizar las respuestas para las necesidades de producción los resultados arrojan que 27.06% lo haría para complementar sus procesos productivos, el 26.67% para mejorar la calidad de sus productos, el 23.92% para disminuir costos de producción y el 22.35% para incrementar la oferta del producto.

Actividades Cooperativas

La variable de cooperación empresarial se dividió en 4 dimensiones: cooperación para producir, cooperación para innovar, cooperación para el mercado y cooperación para administrar. En la tabla 6 se muestran las respuestas de los empresarios que contestaron que si han mantenido actividades cooperativas y para que las han realizado.

Tabla 6: Actividades Cooperativas

Actividades Cooperativas	Si	%	No	%	Ponderado Si
Cooperación para Producir	209	41.97	289	58.03	29.49%
Cooperación para Innovar	252	50.61	246	49.39	35.55%
Cooperación para Mercado	121	20.83	460	79.17	14.64%
Cooperación para Administrar	192	28.92	472	71.08	20.32%
2,241	774	34.54	1467	65.46	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas BRV 2017

La tabla 6 muestra que el 35% ha mantenido algún tipo de actividad cooperativa, mientras que el 65% no la ha realizado. La última columna de la tabla presenta los porcentajes que le corresponden a cada una de las actividades en relación a su peso ponderado, basados en las respuestas afirmativas. Los resultados indican que el 36% ha llevado a cabo actividades cooperativas para innovar, el 29% para producir, el 20% para administrar y el 15% para el mercado. Al analizar las respuestas de la cooperación para innovar que es la dimensión con mayor porcentaje de respuesta, los resultados arrojan que 22% coopera para intercambiar información técnica, el 20% para incorporar nuevas tecnologías, el 18% comparte capacidades de diseño, el 16% comparte proyectos de innovación relacionados al proceso, el 14% para innovaciones relacionadas al producto y finalmente el 10% aporta capital para nuevos proyectos. Por otra parte, mediante un análisis de medias de las respuestas de los empresarios que contestaron que sí cooperan, se presentan a continuación los resultados para cada tipo de cooperación. La tabla 7 muestra la cooperación para producir:

Tabla 7: Cooperación Para Producir

	Comparten Maquinaria	Subcontr Pedidos	Complementan Procesos	Comparten Asesoría	Comp Compras Maq	Realizan Compras Conj
MEDIA	4.3704	4.2745	4.3860	4.2766	4.0667	4.0769
Media de med	4.2418					

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas BRV 2017. En la tabla 7 se observa una clara tendencia sobre el aspecto de cooperar para complementar procesos con una media de 4.3860 en las respuestas y cooperar para compartir maquinaria, con una media de 4.37, en escala de 1 a 5.

Cooperación para Innovar

La Tabla 8: Muestra los Resultados de las Medias de los Que Respondieron Que Sí Realizaban Cooperación Para Innovar.

Tabla 8: Cooperación para Innovar

	Aportan Capital NP	Comparten Proy Innov	Comparten Proy Innovproc	Comparten Capac Diseño	Se Apoyan Inc NT	Intercambian Inf Tecn
MEDIA	4.2083	4.3056	4.3659	4.2826	4.3333	4.2593
Media de med	4.2925					

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas BRV 2017. La tabla 8 muestra que el factor compartir proyectos de innovación relacionados con el producto presenta una media de 4.3659 y apoyarse para la incorporación de nuevas tecnologías con 4.333 y son las opciones que alcanzaron mejores respuestas, en escala de 1 a 5.

Cooperación Para el Mercado

Analizar las medias de las respuestas de los que respondieron que sí cooperaban para el mercado, se muestran en la tabla 9:

Tabla 9: Cooperación Para el Mercado

Realizan Ventas Conj	Realizan Inv Mercados	Publicidad Conjunta	Comparten Transp	Comparten Inf Export	Acceden Merc Expo	Proporcionan Inf Client
4.4545	4.2143	4.4444	4.5	4.25	4.625	4.375
MEDIA						
Media de med	4.40902857					

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas BRV 2017. En la tabla 9 se puede apreciar que el aspecto de cooperar para acceder a los mercados de exportación es la respuesta con mayor valor en la media con un 4.625 de los que respondieron haber tenido actividad cooperativa para el mercado, en una escala de 1 a 5.

Cooperación para Administrar

Finalmente, la tabla 10 presenta el análisis de las medias de los que respondieron que sí cooperaban para administrar:

Tabla 10: Cooperación Para Administrar

Comparten Asesoría de Neg	Acceden a Créditos en Conj	Comparten Capac de Pers	Se Apoyan Para Certifi	Acceden a Apoyos Gub	Realizan Eventos	Comparten Uso de Sistemas	Acceden Incent Fiscales
4.2903	4.4	4.1892	4.4524	4	4.2759	4.4211	4
MEDIA							
Media de med	4.2536125						

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas BRV 2017. En la tabla 10 se observa que las opciones: Efectuar actividades cooperativas para obtener certificaciones y acceder de manera conjunta para la obtención de créditos, son los factores mejor evaluados de las medias de las respuestas de los empresarios que han tenido actividades cooperativas para administrar, con medias de 4.4524 y 4.40, respectivamente, en una escala de 1 a 5.

Prueba de Hipótesis

El método Rho de Spearman fue seleccionado de una gama de diferentes métodos estadísticos posibles para la extracción de resultados, en particular, aquel que resultaba más congruente con el tipo de datos manejados y con la naturaleza y diseño mismo de la investigación. La regla de decisión para este método es que si $p \leq 0.05$ se rechaza H_0 (hipótesis nula). El nivel de significancia que se establece en ciencias sociales normalmente es 0.05, este puede variar en la regla de decisión a 0.01 y 0.001, si se requiere mayor certeza

en la prueba de hipótesis. Las respuestas de cada una de las variables consideradas fueron procesadas y analizadas mediante el software SPSS versión 21, en el cual se construyó y está asentada la base de datos. La tabla 11 presenta la matriz de correlaciones que contrasta las variables resultados empresariales con actividades cooperativas; los resultados revelan una relación lineal estadísticamente significativa, moderada y directamente proporcional (positiva) entre la mayoría de los ítems. Cabe aclarar que la mencionada matriz, muestra solamente aquellas variables con mayor relación (señaladas en negritas). La tabla 11 exhibe las correlaciones más significativas y el nivel de significancia, (marcadas en negritas por los autores), entre las variables estudiadas: actividades cooperativas y resultados empresariales. Enseguida se presentan algunos de los más significativos en donde $p < 0.05$. (y en donde rS es el coeficiente Rho de Spearman y $p =$ nivel de significancia).

Subcontratar pedidos con Desarrollo de nuevos productos (rS 0.321, $p = 0.003$).

Complementar procesos con Incremento en las ventas (rS 0.427, $p = 0.000$).

Compartir asesoría con Mejoras en los procesos (rS 0.337, $p = 0.002$).

Compartir innovación en Productos con incremento en la Calidad (rS 0.454, $p = 0.000$).

Compartir innovación en Procesos con disminución en costo de producción (rS 0.404, $p = 0.000$).

Proporcionar información al cliente con Desarrollo de experiencia cooperativa (rS 0.438, $p = 0.000$).

Acceder a créditos en conjunto con Mejoras en trámites de financiamiento (rS 0.334, $p = 0.002$).

Tabla 11: Matriz de Correlaciones Rho de Spearman Actividades Cooperativas/Resultados Empresariales

Actividades Cooperativas		Resultados Empresariales						
		Desarrollo Nvos Prods	Incremento en Ventas	Mejoras en Trámites Fin	Incremento Calidad Prods	Mejoras en Procesos	Disminución Costos Prod	Desarrollo Exp Coope
Subcontra Pedidos	Correlación (1)	0.321 **	0.230 *	0.176	0.231 *	0.232 *	0.209	0.318 **
	Significancia (2)	0.003	0.037	0.112	0.036	0.035	0.057	0.003
Complemen tan Procesos	Correlación (1)	0.320 **	0.427 **	0.372 **	0.329 **	0.258 *	0.372 **	0.382 **
	Significancia (2)	0.003	0.000	0.001	0.002	0.019	0.001	0.000
Comparten Asesoría	Correlación (1)	0.274 *	0.373 **	0.279 *	0.228 *	0.337 **	0.308 **	0.324 **
	Significancia (2)	0.012	0.001	0.011	0.038	0.002	0.005	0.003
Comparten Innov Prods	Correlación (1)	0.415 **	0.299 **	0.316 **	0.454 **	0.326 **	0.465 **	0.377 **
	Significancia (2)	0.000	0.006	0.004	0.000	0.003	0.000	0.000
Comparten Innov Proce	Correlación (1)	0.401 **	0.345 **	0.269 *	0.367 **	0.361 **	0.404 **	0.350 **
	Significancia (2)	0.000	0.001	0.014	0.001	0.001	0.000	0.001
Proporcionan Inf al Cliente	Correlación (1)	0.151	0.376 **	0.187	0.275 *	0.357 **	0.344 **	0.438 **
	Significancia (2)	0.172	0.000	0.090	0.012	0.001	0.001	0.000
Acceden a Créditos conj	Correlación (1)	0.227 *	0.068	0.334 **	0.172	0.202	0.026	0.100
	Significancia (2)	0.039	0.544	0.002	0.120	0.067	0.814	0.368

Nota: (1) Coeficiente Rho de Spearman (2) Nivel de significancia (bilateral) ** La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral) * La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral).

Decisión: Con los resultados anteriores, se acepta H1, al comprobar estadísticamente que existe relación significativa y positiva entre las variables cooperación empresarial y los resultados empresariales de las PyMes metalmeccánicas y automotriz, de la región sureste de Coahuila.

CONCLUSIONES

El estudio se sustenta en la teoría de recursos y capacidades que considera la cooperación empresarial como integrante del capital intelectual y más específicamente del capital relacional. Se abordan cuatro tipos de cooperación: cooperación para producir, cooperación para innovar, cooperación para mercado y cooperación para administrar. La investigación es descriptiva y correlacional, por su diseño es no experimental y por el análisis de los datos es transversal. Se tomaron en cuenta dos variables: la cooperación empresarial como variable independiente y los resultados empresariales como variable dependiente. De la muestra estudiada, el 35% ha mantenido algún tipo de actividad cooperativa, mientras que el 65% no la ha realizado, 36% ha llevado a cabo actividades cooperativas para innovar, el 29% para producir, el 20% para administrar y el 15% para el mercado. La actividad más utilizada es, por lo tanto, dirigida hacia la gestión de la innovación y los procesos productivos.

Un aspecto que no debe soslayarse y de acuerdo a las respuestas de los entrevistados, es que la decisión para cooperar con otras empresas depende mucho de la actitud del empresario el cual tiene finalmente dos opciones, cooperar como estrategia empresarial o cooperar como supervivencia, lamentablemente para las pequeñas y medianas empresas estudiadas la segunda alternativa es la más recurrente. Considerando que de acuerdo a los resultados del estudio, las empresas que cooperan obtienen mejor desempeño, resulta claro que esta actividad debería ser considerada por los empresarios. Por otra parte, el interés de fondo del análisis estadístico era especificar si se producen y que tanto se producen las relaciones de cooperación y su influencia en los resultados empresariales. Los resultados obtenidos se contrastaron y enriquecieron con la literatura disponible; se concluye que las respuestas a la hipótesis inicial que plantea la existencia de una relación significativa entre la estrategia de cooperación, con los resultados empresariales, confirman este planteamiento, por lo que dicha hipótesis fue aceptada y validada al establecerse estadísticamente una correlación positiva y significativa entre las variables. Finalmente, las pruebas de correlación efectuadas sólo muestran la tendencia de los datos respecto a su forma de operar y vincularse, de donde se deduce que las empresas investigadas, registran actividades pertinentes al campo de las relaciones de cooperación que influyen en los resultados empresariales.

Limitaciones

La teoría de recursos y capacidades considera al capital intelectual como un recurso intangible muy valioso con el que cuentan las organizaciones, este capital intelectual a su vez está integrado por el capital humano, el capital estructural y el capital relacional. Algunos autores consideran a la cooperación empresarial como un factor estratégico del capital relacional. En este trabajo se analiza la cooperación interempresarial, pero sería conveniente ampliar el espectro con las relaciones de los clientes, proveedores y de las instituciones tanto públicas y privadas. Se analizaron 83 PyMes del sector metalmecánico, automotriz y autopartes del sureste de Coahuila, por lo que sería recomendable ampliar la muestra del estudio y extenderlo a otros sectores económicos de la región.

Futuras Líneas de Investigación

Los resultados de este trabajo, brindan la posibilidad para actuar en nuevas líneas de investigación, como son la relación que existe entre aquellas empresas que practican la cooperación empresarial y la gestión de la innovación y las capacidades tecnológicas y cómo influyen estas relaciones en los resultados empresariales, tal situación aportaría elementos a los empresarios para considerar esta importante actividad como una estrategia más que de supervivencia, para fortalecer su ventaja competitiva.

REFERENCIAS

Acosta P. J.C. Luis F. A. (2013) Condiciones de la gestión del conocimiento, capacidad de innovación y resultados empresariales. Un modelo explicativo *Pensamiento y gestión*, N° 35 ISSN 1657-6276 Universidad del Norte, 25-63, 2013 Bogotá, Colombia.

Araiza Z., Velarde E. y Chávez M. (2014) La Cooperación Interempresarial y su Relación con el Desarrollo de las Capacidades Tecnológicas en las Pymes de la Industria Metalmeccánica de la Región Centro de Coahuila, en México. *Revista Internacional de Administración y Finanzas*. Volumen 7, Número 2, 2014, IBFR The Institute for Business and Finance Research.

Araiza Z., Velarde E. y Zárate A. (2010) Tipología de la Cooperación Interempresarial: Caso de la Industria Metalmeccánica de Coahuila. *Revista Internacional de Administración y Finanzas*. Volumen 3, Número 3, 2010, IBFR The Institute for Business and Finance Research.

Araiza, Z. y Velarde, E. (2008). “Modelo conceptual para el estudio del Proceso dinámico de la Cooperación Interempresarial en las Pymes”, en *Administración Contemporánea. Revista de Investigación*, Vol. 1, No. 8, (pp.1-30).

Barney, J. (1991). “Firms resources and sustainable competitive advantage”, en *Journal of Management*, v. 17, 1, p. 99-120.

Blanchot, F. (1999). Les accords inter-firmes et concepts associés: une grille de lecture en terme d'interpénétration organisationnelle. En Froehlicher, T. y S. Vendemini (Eds.), *Connivences d'acteurs, contrats, cooperation inter-entreprises et metamorphose des organisations* (p. 328). Nancy, Francia: Presses Universitaires de Nancy.

Briones, A., Laborda, F. y López, C. (2007). Visión estratégica y praxis de la cooperación empresarial. *FISEC-Estrategias*, 8(6), 86-107.

Casanueva, C., Castro, I. y Galán, J. (2006). Capital social, confianza e innovación. El caso de un sistema productivo local tradicional. *Revista Madrid*, 36, 1-14.

Coase, R. (1937). The nature of the firm. *Economica*, 4(16), 386-405.

De Oliveira, E. y Evaldo, J. (2003). Use of resource-based view in industrial cluster strategic analysis. *International Journal of Operations and Production Management*, 23(9), 995-1009.

Dyer, J.H., Kale, P. y Singh, H. (2005, enero). Cuando aliarse y cuando adquirir empresas. *Harvard Deusto Business Review*, 131, 71-79.

Estrada, R. y Sánchez, V.G. (2009). Herramientas estratégicas en la pyme y su efecto en la planeación y el rendimiento: Recuperado de <http://revistaeconomia.net76.net/No.73/03.pdf>

Fernandes da Silva, T. (2005). La cooperación interempresarial: nuevas estrategias empresariales para pequeñas empresas en el proceso de desarrollo local. *Pasos*, 3(1), 125-141.

Gálvez A.E.J. García Pérez D. (2012) Impacto de la Innovación sobre el rendimiento de la MiPyMe: Un Estudio Empírico en Colombia. *Estudios Gerenciales*, Vol. 28, No. 122, pp 11-27 Enero-Marzo 2012.

García Canal, E (1991): "Acuerdos de Cooperación Entre Empresas en España, 1986-1989: Análisis desde la Economía de la Organización", Tesis Doctoral no publicada, Universidad de Oviedo, España.

George, D. y Mallery, P (2003) SPSS/PC+step by step: a simple guide and reference. Wadsworth Publishing Co. Belmont, CA. EEUU.

González del Campo J.D.S. de P. (2009) Análisis Empírico de la Cooperación Empresarial en el Sector Agroalimentario Español. ISBN 978-84-8427-660-9 Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. Cuenca, España.

Gulati, R. (1998). "Alliances and networks" en Strategic Management Journal, v. 19, p. 293-317.

Hitt M. A., Ireland R. D. y Hoskisson R. E. (2008) Administración Estratégica 7a Edición Cengage Learning Editores, S.A. México D.F.

Jiménez C. y Sánchez B. (2015), Capital Social y Desempeño Empresarial: La Industria Metalmeccánica en Cd. Juárez, Chihuahua. México Estudios Regionales en Economía, Población y Desarrollo. Cuadernos de Trabajo de la Universidad Autónoma de Cd. Juárez, Chihuahua. México Año 5 No. 26 Marzo-Abril de 2015.

López M. y Pérez S.O. (2008) Alternativa Estratégica de Competitividad para las PyMes: Asociación Empresarial. Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Azcapotzalco, México. D.F.

Martín, I. y Gaspar, A.I. (2005). La cooperación empresarial como estrategia para lograr sinergias PYMES y grandes compañías. Estudio empírico sobre el sector turístico español. Boletín Económico ICE, 2844, 25-36.

Martos M.S. Fernández-Jardón C.M. y Figueroa P.F. (2008) Evaluación y Relaciones entre las Dimensiones del Capital Intelectual: El caso de la cadena de la madera de Oberá (Argentina). Revista Intangible Capital Vol. 4 No.2 ISSN: 1697-9818 (pp. 67-101).

Medina, S., Ortiz, M. y Sacristán, M. (2007). Los acuerdos de cooperación y los resultados empresariales: una revisión desde la metodología de eventos. Cuadernos de Estudios Empresariales, 17, 75-93.

Menguzzato, M. (1992). La cooperación empresarial: análisis de su proceso. Valencia, España: Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana.

Montoro, M.Á. (2005). Algunas razones para la cooperación en el sector de automoción. Economía Industrial, 358, 27-36.

Ojeda G. J. (2009) La cooperación empresarial como estrategia de la PyMes del Sector Ambiental. Estudios Gerenciales. Volumen 25 No. 110 Enero-Marzo de 2009. Universidad ICESI. (pp 39-61). doi: 10.1016/S0123-5923(09) 70061-0

Williamson, O. (1975). Markets and hierarchies: Analysis and antitrust implications. Nueva York, NY: The Free Press.

Williamson, O. (1985). Las instituciones económicas del capitalismo. México: Fondo de Cultura Económica. México, D.F.

AGRADECIMIENTOS

Los autores agradecen, sinceramente, los comentarios de los árbitros del Comité Científico y a los editores del IBFR, los cuales contribuyeron sin duda a mejorar la calidad de la presente investigación.

BIOGRAFIAS

Baltazar Rodríguez Villanueva, Lic. en Economía, con Maestría en Planeación Estratégica y Doctor en Administración y Alta Dirección (2017) UAdeC, Profesor de Tiempo Completo, investigador y catedrático de Microeconomía, Macroeconomía y Entorno Económico de los Negocios, de la Universidad Autónoma de Coahuila. Se puede contactar en la Facultad de Ciencias de la Administración Carretera a Piedras Negras Km. 5, Saltillo, Coahuila. México.

Rosalva D. Vásquez Mireles, Economista, con Maestría en Administración, Profesora de Tiempo Completo e investigadora de la Universidad Autónoma de Coahuila. Se puede contactar en la Facultad de Ciencias de la Administración Carretera a Piedras Negras Km. 5, Saltillo, Coahuila. México.

Francisco Javier García Rincón, Lic. en Administración de Empresas, con Maestría en Administración y estudiante del Doctorado en Administración y Alta Dirección, Secretario Administrativo y Profesor de Tiempo Completo, se puede contactar en la Facultad de Ciencias de la Administración Carretera a Piedras Negras Km. 5, Saltillo, Coahuila. México.

Juan Sergio Hernández Rodríguez, estudiante de la carrera de Lic. en Administración de Empresas, Universidad Autónoma de Coahuila; ganador del Concurso Emprendedor “Carpa FCA Emprendedora – 2017”. Se puede contactar en la Facultad de Ciencias de la Administración Carretera a Piedras Negras Km. 5, Saltillo, Coahuila. México.

¿ES EL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL UN PREDICTOR DEL COMPROMISO AFECTIVO Y LA INTENCIÓN DE PERMANENCIA EN LA ORGANIZACIÓN?

Marisela Vargas-Salgado, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Aurora Irma Máynez-Guadarrama, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Karla Gabriela Gómez-Bull, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Jocelyn Daniela Alonso-Ochoa, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

RESUMEN

Actualmente las empresas enfrentan diversos cambios organizacionales, por ello es imprescindible que las firmas constantemente busquen ventajas competitivas a través del capital humano, dado que las personas son parte medular de los procesos de la firma. El objetivo de este trabajo de investigación fue analizar si el liderazgo transformacional incide de forma directa sobre la intención de permanencia y de forma indirecta a través de la mediación del compromiso afectivo. El trabajo se desarrolló en el contexto de una asociación civil sin fines de lucro, ubicada en Ciudad Juárez, Chihuahua. Se realizó un estudio de tipo cuantitativo, no experimental, transversal, exploratorio y causal. La muestra fue un censo, se encuestaron a un total de 70 trabajadores. Los datos se analizaron mediante la técnica estadística Modelado Estructural basado en mínimos cuadrados parciales [PLS]. Los resultados obtenidos revelan que el liderazgo transformacional incide de forma positiva y significativa sobre la intención de permanencia a través de la mediación del compromiso afectivo.

PALABRAS CLAVE: Liderazgo Transformacional, Compromiso Afectivo, Intención de Permanencia

TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP AS A PREDICTOR OF AFFECTIVE COMMITMENT AND INTENTION OF PERMANENCE

ABSTRACT

Companies face various organizational changes, so it is imperative that firms constantly seek competitive advantages through human capital. The objective of this research was to analyze whether transformational leadership directly affects the intention of permanence and indirectly through the mediation of affective commitment. We examine a non-profit civil association, located in Ciudad Juarez, Chihuahua. A quantitative, non-experimental, transverse, exploratory and causal study was carried out. The sample was a census. A total of 70 workers were surveyed. Data were analyzed using structural modeling based on partial least squares. Results reveal that transformational leadership has a positive and significant impact on the intention of permanence through the mediation of affective commitment.

JEL: M10, M12

KEYWORDS: Transformational Leadership, Affective Commitment, Intention of Permanence

INTRODUCCIÓN

En la actualidad las organizaciones tienen la necesidad de expandirse y cada día ser más competitivas (Escandon-Barbosa & Hurtado-Ayala, 2016). Por ello, el capital humano es considerado parte esencial en las organizaciones, dado que el éxito de las firmas depende de la participación, integración y compromiso de cada uno de los trabajadores (Ulrich, 2006). Las empresas requieren la presencia de los líderes dado que estos influyen y motivan a las personas, para que estas puedan lograr los objetivos organizacionales, (Dvir, Eden, Avolio, & Shamir, 2002). Además de que los líderes son constantes en sus actividades y un ejemplo a seguir para los colaboradores (Fernández & Quintero, 2017).

Galicia (2001) señala que es importante desarrollar la parte emocional de los empleados para que de esta manera puedan lograr con mayor facilidad las metas en beneficio de todos. Cabe resaltar que la vinculación psicológica existente entre la organización y sus miembros, se centra fundamentalmente a través del compromiso organizacional y en especial con el afectivo el cual se considera parte esencial de la firma (Davila & Jimenez, 2014). Es necesario que las organizaciones den la importancia a las necesidades psicológicas de los empleados, dado que al no hacerlo puede ser un riesgo al momento que el empleado valore su permanencia en la empresa (Böhrt, Solares, & Romero, 2014). Al lograr que el empleado se sienta parte de la organización y comprometido con la misma se podrá percibir un incremento en la intención de permanencia del trabajador (Flores, 2012) y de la misma manera se incrementara la posibilidad de lograr una organización más estable (Mañas, Salvador, Boada, González, & Agulló, 2007). Las organizaciones no lucrativas, están enfocadas en el bienestar de la sociedad, pero incluso ante esta situación las asociaciones civiles no cuentan con la atención y el apoyo requerido (Gonzalez, 2015). Según El Centro Mexicano para la filantropía [CEMEFI] en el estados de Chihuahua existen 439 organizaciones sin fines de lucro, de las cuales 139 se encuentran en Ciudad Juárez (Cemefi, 2018). En este entorno esta investigación analiza si el liderazgo transformacional incide de forma directa sobre la intención de permanencia y de forma indirecta a través de la mediación del compromiso afectivo. Este trabajo de investigación se encuentra organizado en cuatro apartados. En el primero de ellos, se muestra una revisión de literatura referente a los constructos de liderazgo transformacional, compromiso afectivo y la intención de permanencia. En el segundo, se describe la metodología utilizada. En el tercero se presentan, describen y analizan los resultados. Finalmente, se presentan las conclusiones del trabajo de investigación.

REVISIÓN DE LITERATURA

Liderazgo Transformacional

De un tiempo a la fecha, el liderazgo es un constructo relevante en las estructuras de la organización, (Dewettinck & Ameijde, 2011). Es considerado una habilidad de influencia en los diversos contextos organizacionales, y es a través de este que los líderes buscan potenciar a los seguidores, transmitiendo una visión a futuro (Fernández & Quintero, 2017; Parris & Peachey, 2013; Pearce et al., 2003; Yukl, 2008). En particular, el líder transformacional es aquel que busca incrementar la motivación de los seguidores a través de la constancia, del ejemplo y del buen trabajo que este realiza (Cuadrado & Molero, 2002; Fernández & Quintero, 2017); además de promover cambios que favorecen a los seguidores y las organizaciones (Bass, 1985; Ramírez & Sgambatti, 2008). Asimismo, este tipo de líderes propician un clima en el cual los empleados se sientan en confianza e inspirados (Maynard, Gilson, & Mathieu, 2012). En la literatura es posible apreciar algunas características que describen al líder transformacional como: tiende a escuchar, es visionario, se preocupa por las necesidades individuales, motiva, eleva la moral y busca nuevas prácticas para promover el desarrollo y crecimiento de los seguidores (Avolio & Bass, 1995; Bass, 1999; Lowe, Kroeck, & Sivasubramaniam, 1996; Zhu, Chew, & Spangler, 2005). Además, se identifican cuatro dimensiones referentes al liderazgo transformacional: carisma, inspiración,

consideración individualizada y estimulación intelectual. La primera de ellas, hace referencia a la capacidad que tiene el líder en visualizar lo que verdaderamente es importante; la segunda, señala que el líder además de promover una visión inspira a sus seguidores; la tercera, refiere que el líder se preocupa por satisfacer las necesidades de los seguidores a través del crecimiento personal; finalmente la cuarta, el líder estimula a los seguidores a razonar y ser creativos al momento de resolver dificultades (Avolio & Bass, 1995; Avolio, Bass, & Jung, 1999).

El liderazgo transformacional es un agente de cambio que potencia las capacidades y habilidades de los seguidores, a fin de hacer frente a las diversas situaciones que se presentan en el contexto organizacional (Fernández & Quintero, 2017; Pedraja, Rodríguez, Barreda, Sagredo, & Segovia, 2009). Además, se caracteriza por motivar a sus colaboradores (Mendoza & Ortiz, 2006).

Compromiso Afectivo

Es necesario que las empresas cuenten con empleados comprometidos, a fin de lograr un buen desempeño, y de esa manera lograr ventajas competitivas sostenibles (Loli, 2006; Omar & Urteaga, 2008; Salami, 2008). El compromiso tanto de los individuos para con la organización y de esta con los colaboradores, es indispensable para alcanzar el éxito organizacional (Arias, Varela, Loli, & Quintana, 2003). Además, de lograr un buen ambiente y bienestar laboral (Omar & Urteaga, 2008). Meyer y Allen (1984, 1991) proponen tres dimensiones del compromiso organizacional: de continuidad, normativo y afectivo, los cuales reflejan un estado psicológico único en cada individuo; además mencionan que en cada empleado se presentan los tres componentes con distinta intensidad. Con respecto al compromiso de continuidad, este hace conciencia en los empleados sobre las inversiones de tiempo en la organización y los costos en los cuales se incurriría al abandonar la firma (Meyer & Allen, 1984). Por su parte, Arias et al. (2003) mencionan que los empleados deciden permanecer en la organización, hasta que tienen una mejor opción. En cuanto al normativo, está vinculado a un sentimiento de obligación de permanecer en la firma, ya que los colaboradores piensan que es lo más adecuado (Meyer & Allen, 1991), en relación a las normas y lealtad que estos tienen hacia la empresa (Arias et al., 2003). Finalmente, el afectivo hace referencia a la cuestión emocional que el empleado tiene para con la organización, es decir los trabajadores permaneces en la empresa porque así lo desean, dado que disfrutan de las actividades que realizan, además de que estos perciben que la firma satisface sus necesidades (Meyer & Allen, 1984; O'Reilly & Chatman, 1986). En el entorno organizacional el liderazgo transformacional influye en el compromiso de los empleados a través de los comportamientos de estos (Givens, 2011). Es de resaltar que los trabajadores que están fuertemente comprometidos afectivamente con la firma logran y contribuyen al éxito de la organización, por el contrario, los que no lo están muestran un pobre desempeño (Evanschitzky, Brock, & Blut, 2011). Además este tipo de compromiso contribuye a que los empleados descubran experiencias de aprendizaje (Conklin, Dahling, & Garcia, 2013; Simosi, 2010). Favoreciendo el compromiso que los trabajadores con sus superiores (Chughtai, 2013). De acuerdo con lo anterior se establece la siguiente hipótesis:

H1: El liderazgo transformacional incide de forma significativa sobre el compromiso afectivo.

Por otra parte, los colaboradores con un alto nivel de compromiso son más propensos a permanecer dentro de la organización (Máñez & Cavazos, 2015), dado que estos se sienten comprometidos afectivamente hacia la organización y se sienten orgullosos de pertenecer a la misma (Ríos, Ramírez, del Rayo, & Ferrer 2010). De acuerdo con lo anterior se establece la siguiente hipótesis:

H2: El compromiso afectivo influye de manera significativa sobre la intención de permanencia.

Intención de Permanencia

Hoy en día, las organizaciones consideran de suma importancia las relaciones laborales que se dan entre el empleado y el empleador, es de considerar que en este contexto están presentes las cuestiones psicológicas, dado que el recurso humano es imprescindible para el logro de los objetivos de las firmas, es por esta razón la necesidad de que las empresas constantemente den seguimiento y la importancia a la intención de permanecer de sus empleados (Pérez, Aranda, & Topa, 2015; Vecina & Chacón, 2013; Zimmerman, Salgado, & García, 2016). En la literatura es posible apreciar algunas conceptualizaciones referentes a la intención de permanencia: Tett y Meyer (1993) señalan que esta variable tiene que ver con la voluntad que tiene el trabajador en seguir dentro de la organización. Por su parte, Liu, Yang, Yang, y Liu (2015) hacen referencia a la disposición del empleado a seguir laborando en la empresa; mientras que Regts y Molleman (2013) infieren que es la voluntad de pertenecer en una firma.

Algunos investigadores mencionan que la intención de permanecer de un empleado aumenta considerablemente cuando este se siente tomado en cuenta por su superior (Carmen Hidalgo & Moreno, 2009). Además, el líder transformacional apoya en el lograr de los objetivos personales y los motiva para que no abandonen la firma (Mendoza & Ortiz, 2006). Otros hacen referencia de que la intención de permanencia se ve directamente influenciada por los factores psicológicos y el apego afectivo que el empleado tiene para con la organización (Flores, 2012). Por otra parte, Aguirre, Fernández, Roncancio y Jiménez (2014) exponen que se asocia con la voluntad de permanecer dentro de la organización, pero cuando un empleado considera en abandonar la empresa, esto es debido al darse cuenta que es poco probable de alcanzar sus metas personales. Además, el empleado asocia los costos que esto implicaría al dejar o abandonar la organización (Poblete, 2009). De acuerdo con lo anterior se establece la siguiente hipótesis:

H3: El liderazgo transformacional impacta de forma positiva y significativa en la intención de permanencia.

METODOLOGÍA

Esta investigación es de tipo cuantitativo, no experimental, transversal y causal. La muestra fue a través de un censo, considerándose a la totalidad de los trabajadores. Se encuestaron a 70 empleados que laboran en una asociación civil, ubicada en Ciudad Juárez, Chihuahua. La investigación se llevó a cabo de enero a mayo del 2017. Para recolectar los datos se utilizó un cuestionario, el cual se aplicó de forma directa a cada uno de los sujetos de estudio en su entorno laboral. Las escalas para medir los constructos de estudio fueron identificadas en la literatura, y adaptadas al contexto de estudio. El liderazgo transformacional se valoró a través de 16 ítems validados por Vargas, Máynez, Cavazos y Cervantes (2016). El compromiso afectivo se midió a través de 5 ítems de la escala propuesta por Lee, Allen, Meyer, y Rhee (2001), mientras que la intención de permanencia se valoró con 3 ítems mediante la escala propuesta por Máynez y Cavazos (2015) [ver tabla 2], para ambos constructos se utilizó una escala tipo Likert de cinco puntos, donde la escala fue de: totalmente en desacuerdo hasta totalmente de acuerdo. La estadística descriptiva se analizó mediante la herramienta estadística SPSS versión 23, mientras que la estadística descriptiva se analizó a través del software SmartPLS.

RESULTADOS

Las características demográficas de los sujetos de estudio se exhiben en la tabla 1. Donde casi el 82% de los participantes corresponde a mujeres, mientras que casi el 42% dice tener más de 40 años de edad, además casi el 25% refiere tener estudios de nivel secundaria, y casi el 39% tiene menos de un año laborando en la asociación civil. Finalmente, cabe resaltar que la totalidad de los sujetos de estudio trabajan en una asociación civil sin fines de lucro.

Tabla 1: Perfil de los Sujetos de Estudio

Características	No. de Personas N=70	%	Características	No. de Personas N=70	%
Genero			Edad		
Hombre	13	18.6	Entre 18 y 25 años	16	22.9
Mujer	57	81.4	Entre 26 y 32 años	9	12.6
			Entre 33 y 39 años	16	22.9
Escolaridad			Mas de 40 años	29	41.4
Secundaria	17	24.3	Antigüedad		
Preparatoria terminada	13	18.6	Menos de un año	27	38.6
Técnico	15	21.4	Entre 1 y 3 años	22	31.4
Carrera profesional terminada	11	15.7	Entre 4 y 7 años	15	21.4
Otra	14	20.0	Mas de 8 años	6	08.6

En esta tabla se muestran las características demográficas de los sujetos de estudio, así como el número de personas y porcentajes de cada una de las características. Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos de SPSS

En la tabla 2 se presentan los datos correspondientes a las cargas y sus valores t, la fiabilidad compuesta, el alfa de Cronbach y el indicador de varianza extraída. La fiabilidad de las cargas se mide a través de las cargas factoriales, comúnmente el punto de corte para este indicador es 0.70, dado que esto indica que existe varianza compartida entre los constructos y su medición (Fornell & Larcker, 1981), sin embargo pueden aceptarse cargas con valores a 0.50, siempre y cuando en el constructo existan otros indicadores con cargas altas (Chin, 1998). Se puede apreciar que la mayoría de los ítems muestran valores de cargas aceptables excepto CA3 [0.629] y IP2 [0.688], que muestran valores mínimos a 0.70 pero cumplen con el criterio mínimo de 0.50, por lo cual se consideran aceptables. Relativo a los valores t se puede apreciar que se encuentran en un rango de 9.008 [CA1] y 46.891 [CA4], es decir, todas las cargas son estadísticamente significativas, dado que se evidencian valores t superiores a 1.96.

Con respecto a la fiabilidad, comúnmente se mide a través del alfa de Cronbach. Se recomienda que presente valores superiores a 0.70, lo cual revela que los indicadores son consistentes en su medida (Fornell & Larcker, 1981; Hair, Anderson, Tatham, & Black, 2007). Se puede apreciar que en todos los casos exceden el punto de corte: liderazgo transformacional [0.983], compromiso afectivo [0.884] e intención de permanencia [0.859]. Por otra parte, la fiabilidad compuesta es considerada como una mejor medida de los indicadores de las variables latentes, es decir como estos explican al constructo: liderazgo transformacional [0.982], compromiso afectivo [0.885] e intención de permanencia [0.859]. tanto en el alfa de Cronbach como en la fiabilidad compuesta las variables latentes exceden el punto de corte de 0.70.

En lo que concierne a la validez de convergencia, esta se calcula mediante el promedio de la varianza extraída [AVE], esta calcula la cantidad de varianza que un constructo obtiene de sus indicadores, se recomienda que el indicador sea mayor a 0.50, lo cual revela que más del 50% de la varianza es explicada por los indicadores de las variables latentes (Chin, 1998; Fornell & Bookstein, 1982), se puede apreciar que los constructos están por arriba del punto de corte: liderazgo transformacional [0.766], compromiso afectivo [0.611] e intención de permanencia [0.673].

Tabla 2: Ítems Para Medir los Constructos de Estudio

	Carga	Valor T	Fiabilidad Compuesta	Alfa de Cronbach	Análisis de Varianza Extraída AVE
Liderazgo transformacional					
LT1. Toma en consideración las consecuencias de las decisiones adoptadas	0.760	10.809	0.982	0.983	0.766
LT2. Para mí es un modelo a seguir	0.827	32.367			
LT3. Actúa de modo que se gana el respeto de los demás	0.877	38.649			
LT4. Hace que me sienta orgulloso de pertenecer al equipo de trabajo	0.868	37.650			
LT5. Logra que tenga confianza en mis juicios y mis decisiones	0.885	20.157			
LT6. Logra que me comprometa con la visión a futuro	1.042	38.254			
LT7. Muestra el futuro de forma optimista	1.059	22.693			
LT8. Tiende a hablar con entusiasmo sobre las metas	0.947	29.299			
LT9. Me ayuda a ver los beneficios que tendré si alcanzo las metas organizacionales	0.899	36.485			
LT10. Me sugiere considerar distintas perspectivas cuando resuelvo problemas	0.876	17.154			
LT11. Me ayuda a ver los problemas desde diferentes puntos de vista	0.858	41.788			
LT12. Me sugiere considerar distintas perspectivas cuando resuelvo problemas	0.806	30.203			
LT13. Me estimula a expresar mis ideas y opiniones	0.823	32.363			
LT14. Dedicar tiempo a enseñarme como realizar mi trabajo	0.728	25.203			
LT15. Toma en cuenta mis necesidades personales	0.897	18.465			
LT16. Me asignan proyectos significativos para incrementar mi desarrollo personal	0.794	27.743			
Compromiso afectivo			0.885	0.884	0.611
CA1. Creo que mis valores personales y son semejantes los valores de la institución	0.722	9.008			
CA2. Estoy dispuesto a poner todo mi empeño para que esta organización logre sus metas	0.768	26.064			
CA3. Realmente me preocupa el éxito de esta organización	0.629	10.092			
CA4. Me siento orgulloso de ser parte de esta organización	0.973	46.891			
CA5. Esta organización me inspira para que de lo mejor de mí en el trabajo	0.777	11.991			
Intención de permanencia			0.859	0.859	0.673
IP1. Salvo circunstancias imprevistas, quedarme en esta organización indefinidamente.	0.892	23.478			
IP2. Si fuera libre de elegir, permanecer en esta organización.	0.688	9.941			
IP3. Seguir trabajando el mayor tiempo posible en esta organización.	0.867	46.188			

En esta tabla se muestran cada uno de los ítems que integran los constructos de estudio, las escalas fueron validadas y adaptadas a partir de: liderazgo transformacional, Vargas, Máñez, Cavazos y Cervantes (2016); Compromiso afectivo, Lee, Allen, Meyer, y Rhee (2001); intención de permanencia, Máñez y Cavazos (2015). Los valores t son *Significativo con un alpha de 0.05, si $t > 1.96$, para una prueba de dos colas, **Significativo con un alpha de 0.01, si $t > 2.576$, para una prueba de dos colas y *** Significativo con un alpha de 0.001, si $t > 3.291$, para una prueba de dos colas. Fuente: Elaboración propia a partir de resultados de SmartPLS3

En la tabla 3 se revelan los datos de la validez discriminante, la cual indica en qué medida un constructo determinado es diferente de otro en el mismo modelo, para evaluar este tipo de validez se calcula la varianza compartida entre el constructo y las variables latentes del modelo de medición (Bagozzi & Fornell, 1982), es decir esta se aprecia en la matriz de correlaciones entre constructos, donde se muestra

sobre la diagonal, el promedio de la raíz cuadrada de la varianza extraída de cada una de las variables latente. Por otra parte, el indicador *Heterotrait-Monotrait Ratio* [HTMT] utiliza el promedio de las correlaciones *heterotrait-heteromethod*, mismo que evalúa las correlaciones que valoran constructos diferentes. Es decir, los *heterotrait-monotrai* son contrastados con la prueba de criterio lo cual muestra datos inferiores a 0.85 por lo cual se cumple con el punto de corte.

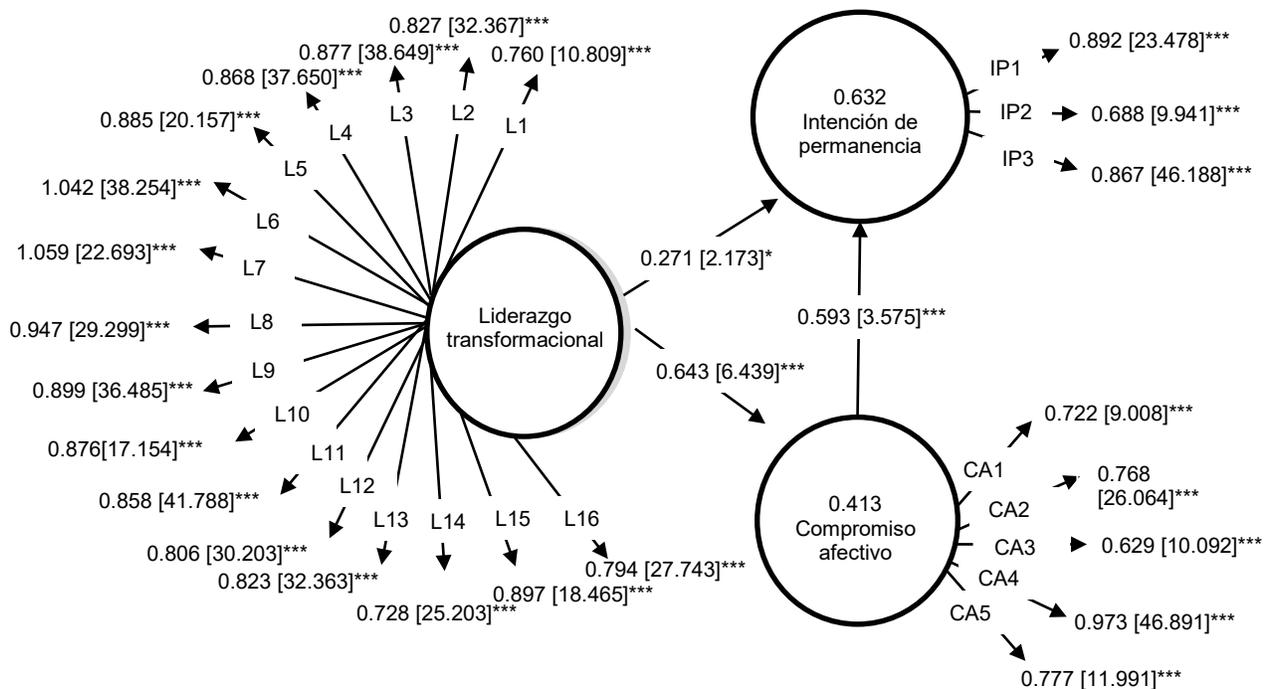
Tabla 3: Validez Discriminante

Constructo	de Acuerdo al Criterio AVE			de Acuerdo al [HTMT]	
	Liderazgo Transformacional	Intención De Permanencia	Compromiso Afectivo	Liderazgo Transformacional	Intención De Permanencia
Liderazgo transformacional	0.875				
Intención de permanencia	0.652	0.821		0.644	
Compromiso afectivo	0.643	0.767	0.782	0.637	0.758

En esta tabla se muestran los resultados de la validez discriminante de acuerdo al criterio análisis de varianza extraída [AVE] y de acuerdo al criterio *Heterotrait-Monotrait Ratio* [HTMT]. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SmartPLS3

En la figura 1 se muestran los coeficientes de los paths planteados, los datos revelan que de los 3, todos cumplen con el valor mínimo aceptable de 0.20: liderazgo transformacional – intención de permanencia [0.271], liderazgo transformacional – compromiso afectivo [0.643] y compromiso afectivo – intención de permanencia [0.593]. Con respecto al valor r^2 se puede apreciar que el liderazgo transformacional conjuntamente con el compromiso afectivo predice de forma moderada la intención de permanencia [0.413], mientras que el liderazgo transformacional predice de forma sustancial la intención de permanencia [0.632].

Figura 1: Modelo Estructural



Los valores t son *significativo con un alpha de 0.05, si $t > 1.96$, para una prueba de dos colas, **significativo con un alpha de 0.01, si $t > 2.576$, para una prueba de dos colas y *** significativo con un alpha de 0.001, si $t > 3.291$, para una prueba de dos colas. Fuente: Elaboración propia a partir de resultados de SmartPLS

CONCLUSIONES

En el contexto de las organizaciones sin fines de lucro específicamente en asociaciones civiles, esta investigación busco analizar si el liderazgo transformacional incide de forma directa sobre la intención de permanencia y de forma indirecta a través de la mediación del compromiso afectivo. Los resultados revelan que el liderazgo transformacional es un constructo que influye de forma positiva sobre la intención de permanencia, además de influir significativamente sobre el compromiso afectivo. Es decir, el liderazgo transformacional influye de forma directa e indirecta sobre la intención de permanencia, a través de la mediación del compromiso afectivo. Diversos trabajos coinciden con los resultados obtenidos, los cuales enfatizan que el liderazgo transformacional impacta considerablemente en los diferentes contextos organizacionales, y en especial en el contexto estudiado, dado que estos promueven un buen ambiente y bienestar para los colaboradores, por ello estos se sienten comprometidos afectivamente con la organización para la cual trabajan, además de que los líderes valoran el compromiso de los trabajadores (Omar & Urteaga, 2008; Pedraja et al., 2009). Al mismo tiempo de que el apego afectivo impacta fuertemente en la intención de permanencia de los colaboradores en la empresa para la cual trabajan y contribuye en el logro de los objetivos independientemente del puesto que ocupe en la organización tal como lo señalan (Flores, 2012; Zimmerman et al., 2016). Es decir, los líderes continuamente se preocupan en que los empleados se sienten orgullosos de pertenecer y ser parte del equipo de trabajo, además de que los colaboradores permaneces en la asociación porque así lo deciden, dado que los valores que pose cada uno de ellos están fuertemente alineados con los valores institucionales, por lo cual los trabajadores disfrutan trabajar el mayor tiempo posible en la organización, ya que se sienten identificados con las actividades de impacto social que la empresa realiza. Con la finalidad de seguir avanzando en el conocimiento con respecto a las variables de estudio se recomienda considerar otras variables como antecedentes y consecuentes del liderazgo transformacional como, ciudadanía organizacional, justicia organizacional, *engagement*, contrato psicológico, inteligencia emocional entre otras.

REFERENCIAS

- Aguirre, L. R. D., Fernández, J. S., Roncancio, P. R., & Jiménez, I. L. (2014). PORQUÉ PERMANECER EN ESTE TRABAJO CAUSALES DE LA INTENCIÓN DE SALIDA. *European Scientific Journal, ESJ*, 10(26).
- Arias, F., Varela, D., Loli, A., & Quintana, M. (2003). El Compromiso Organizacional y su relación con algunos factores demograficos y psicológicos. *Revista de Investigación en Psicología*, 6(2).
- Avolio, B. J., & Bass, B. M. (1995). Individual Consideration Viewed at Multiple Levels of Analysis: A Multi-level Framework for Examining the Diffusion of Transformational Leadership. *Leadership Quarterly*, 6(2), 199-218.
- Avolio, B. J., Bass, B. M., & Jung, D. I. (1999). Re-examining the components of transformational and transactional leadership using the Multifactor Leadership Questionnaire. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 72, 441-462.
- Bagozzi, R. P., & Fornell, C. (1982). Theoretical Concepts, Measurement, and Meaning in , vol. 2 C. Fornell (Ed.). *A Second Generation of Mulivariate Analysis*, 2, 5-23.
- Bass, B. M. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*. (New York: The Free Press ed.).
- Bass, B. M. (1999). Two Decades of Research and Development in Transformational Leadership. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8(1), 9-32.

Böhrt, R., Solares, L., & Romero, C. (2014). Evolución del Contrato Psicológico y el Compromiso Organizacional con la Edad y la Antigüedad. *Ajayu*, 12(1), 33-63.

Carmen Hidalgo, M., & Moreno, P. (2009). Organizational socialization of volunteers: The effect on their intention to remain. *Journal of Community Psychology*, 37(5), 594-601. doi: 10.1002/jcop.20317

Cemefi. (2018). Centro Mexicano Para la Filantropía. from <https://www.cemefi.org/>

Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research* (pp. 295-333). Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum.

Chughtai, A. A. (2013). Linking affective commitment to supervisor to work outcomes. *Journal of Managerial Psychology*, 28(6), 606-627.

Conklin, A. M., Dahling, J. J., & Garcia, P. A. (2013). Linking Affective Commitment, Career Self-Efficacy, and Outcome Expectations: A Test of Social Cognitive Career Theory. *Journal of Career Development*, 40(1), 68-83.

Cuadrado, I., & Molero, F. (2002). Transformational leadership and gender: spanish managers self-ratings. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 18(1), 39-55.

Davila, M. C., & Jimenez, G. (2014). Sentido de pertenencia y compromiso organizacional: predicción del bienestar. Sense of belonging and organizational commitment: prediction of well-being. (English), 32(2), 272-302.

Dewettinck, K., & Amejide, M. v. (2011). Linking leadership empowerment behaviour to employee attitudes and behavioural intentions Testing the mediating role of psychological empowerment. *Personnel Review*, 40(3), 284-305.

Dvir, T., Eden, D., Avolio, B. J., & Shamir, B. (2002). Impact of Transformational Leadership on Follower Development and Performance: A Field Experiment. *Academy of Management Journal*, 45(4), 735-744.

Escandon-Barbosa, D. M., & Hurtado-Ayala, A. (2016). Artículo: Influencia de los estilos de liderazgo en el desempeño de las empresas exportadoras colombianas. Influence of leadership styles in the performance of Colombian export companies (English). doi: 10.1016/j.estger.2016.04.001

Evanschitzky, H., Brock, C., & Blut, M. (2011). Will You Tolerate This? The Impact of Affective Commitment on Complaint Intention and Postrecovery Behavior. *Journal of Service Research*, 14(4), 410-425.

Fernández, M. C., & Quintero, N. (2017). Liderazgo transformacional y transaccional en emprendedores venezolanos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(77).

Flores, R. (2012). Factores de la calidad de vida en el trabajo como predictoras de la intención de permanencia. (Journal, Electronic).

Fornell, C., & Bookstein, F. L. (1982). Two Structural Equation Models: LISREL and PLS Applied to Consumer Exit-Voice Theory. *Journal of Marketing Research*, 19(4), 440-452.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.

Galicia, F. A. (2001). El compromiso personal hacia la organización y la intención de permanencia: algunos factores para su incremento. Facultad de Contaduría y Administración, UNAM. *Revista de Contaduría y Administración*(200).

Givens, R. J. (2011). The Rol of Psychological Empowerment and Value Congruence in Mediating the Impact of Transformational Leadership on Follower Commitment in American Churches. *International Journal of Leadership Studies*, 6(2), 189-214.

Gonzalez, O. S. (2015). ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS: VISIÓN DE SU TRAYECTORIA EN MÉXICO. *Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad*, 11(33).

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2007). *Análisis Multivariante* (Pearson ed.).

Lee, K., Allen, N. J., Meyer, J. P., & Rhee, K.-Y. (2001). The Three-Component Model of Organisational Commitment: An Application to South Korea. *Applied Psychology: An International Review*, 50(4), 596-614.

Liu, J.-y., Yang, J.-p., Yang, Y., & Liu, Y.-h. (2015). Original Article: The relationships among perceived organizational support, intention to remain, career success and self-esteem in Chinese male nurses. *International Journal of Nursing Sciences*, 2, 389-393. doi: 10.1016/j.ijnss.2015.01.004

Loli, A. (2006). Compromiso Organizacional de los trabajadores de una Universidad Pública de Lima y su relación con algunas variables demográficas. *Revista de Investigación en Psicología*, 9(1), 37 - 67.

Lowe, K. B., Kroeck, K. C., & Sivasubramaniam, N. (1996). Effectiveness Correlates of Transformational and Transactional Leadership: A Meta-Analytic Review of the MLQ Literature. *Leadership Quarterly*, 7(3), 385-425.

Mañas, Á. M., Salvador, C., Boada, J., González, E., & Agulló, E. (2007). La satisfacción y el bienestar psicológico como antecedentes del compromiso organizacional. *Psicothema*, 19(3), 395-400.

Maynard, M. T., Gilson, L. L., & Mathieu, J. E. (2012). Empowerment—Fad or Fab? A Multilevel Review of the Past Two Decades of Research. *Journal of Management*, 38(4), 1231-1281.

Máynez, A., & Cavazos, J. (2015). ¿Permanecer o abandonar?: Análisis de variables discriminatorias en una organización no lucrativa en México. *Nova scientia*, 7(13), 470-494.

Mendoza, M. R., & Ortiz, C. (2006). El Liderazgo Transformacional, Dimensiones e Impacto en la Cultura Organizacional y Eficacia de las Empresas. Facultad de Ciencias Economicas Investigación y Reflexión, 14(1), 118-134.

Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1984). Testing the "Side-Bet Theory" of Organizational Commitment: Some Methodological Considerations. *Journal of Applied Psychology*, 69(3), 372-378.

Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource Management*, 1(1), 61-89.

O'Reilly, C., & Chatman, J. (1986). Organizational Commitment and Psychological Attachment: The Effects of Compliance, Identification, and Internalization on Prosocial Behavior. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 492-499.

Omar, A., & Urteaga, A. F. (2008). Personal values and organizational commitment. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 13(2), 353-372.

Parris, D. L., & Peachey, J. W. (2013). A Systematic Literature Review of Servant Leadership Theory in Organizational Contexts. *Springer*, 377-393.

Pearce, C. L., Jr, H. P. S., Cox, J. F., Ball, G., Schnell, E., Smith, K. A., & Trevino, L. (2003). Transactors, transformers and beyond A multi-method development of a theoretical typology of leadership. *Journal of Management Development*, 22(4), 273-307.

Pedraja, L., Rodríguez, E., Barreda, M., Sagredo, O., & Segovia, C. (2009). Estilos de liderazgo y Resultados del Sistema de Medicion de la Calidad de la educacion: Un Estudio Empirico en los Colegios Basicos de la Ciudad de Arica-Chile. *Revista chilena de ingeniería*, 17(1), 21-26.

Pérez, J. L., Aranda, M., & Topa, G. (2015). Influencia de la cultura organizacional de las unidades de enfermería en la intención de permanencia y las conductas de ciudadanía: un estudio multimuestra / Influence of Nursing Units' Organizational Culture on intention to remain and citizenship behaviors: a multisample study. *Acción Psicológica*(2), 59. doi: 10.5944/ap.12.2.15754

Poblete, G. Z. (2009). Compromisos organizacionales de los profesores chilenos y su relación con la intención de permanecer en sus escuelas. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 41(3), 445-461.

Ramírez, J., & Sgambatti, V. (2008). Liderazgo transformacional y transaccional en estudiantes de postgrados en gerencia del Área Metropolitana de Caracas. *Vision Gerencial*, 7 (2), 403-416.

Regts, G., & Molleman, E. (2013). To leave or not to leave: When receiving interpersonal citizenship behavior influences an employee's turnover intention. *Human Relations*, 66(2), 193-218.

Ríos, M. M., Ramírez, T., del Rayo, M., & Ferrer, J. G. (2010). El empowerment como predictor del compromiso organizacional en las Pymes. *Contaduría y administración*(231), 103-125.

Salami, S. O. (2008). Demographic and Psychological Factors Predicting Organizational Commitment among Industrial Workers. *Anthropologist*, 10(1), 31-38.

Simosi, M. (2010). The role of social socialization tactics in the relationship between socialization content and newcomers' affective commitment. *Journal of Managerial Psychology*, 25(3), 301-327.

Tett, R. P., & Meyer, J. P. (1993). Job satisfaction, organizational commitment, turnover intention, and turnover: path analyses based on meta-analytic findings. *Personnel psychology*, 46(2), 259-293.

Ulrich, D. (2006). *La futura agenda para la competitividad: Recursos Humanos Champions*. Buenos Aires: Granica.

Vargas, S. M., Máñez, G. A., Cavazos, A. J., & Cervantes, B. L. (2016). Validez de contenido de un instrumento de medición para medir el Liderazgo Transformacional. *Revista Global de Negocios*, 4(1), 35-45.

Vecina, M. L., & Chacón, F. (2013). Is engagement different from satisfaction and organizational commitment?: relations with intention to remain, psychological well-being and perceived physical health in volunteers. *Anales de Psicología*, 29, 225-232.

Yukl, G. (2008). *Liderazgo en las organizaciones*. Madrid: Pearson Prentice Hall.

Zhu, W., Chew, I. K. H., & Spangler, W. D. (2005). CEO transformational leadership and organizational outcomes: The mediating role of human-capital-enhancing human resource management. *The Leadership Quarterly*, 16, 39-52.

Zimmerman, H. F. L., Salgado, P. M., & Garcia, E. R. B. (2016). Intención de permanencia en personal de nivel alto y medio. *Revista Interamericana de Psicología Ocupacional*, 25(2), 87-95.

BIOGRAFÍA

Marisela Vargas Salgado es Doctora en Ciencias Administrativas por la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez y Profesora de Tiempo Completo de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Se puede contactar en el Instituto de Ciencias Sociales y Administración. Avenida Universidad y H. Colegio Militar, Zona Chamizal, Ciudad Juárez, Chih., México.

Aurora Irma Máynez Guaderrama es Doctora en Planeación Estratégica y Dirección de Tecnología por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla y Profesora de Tiempo Completo de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Se puede contactar en el Instituto de Tecnología e Ingeniería, Avenida del Charro 450, Ciudad Juárez Chih., México.

Karla Gabriela Gómez Bull es Maestra en Ingeniería Industrial y de Sistemas por la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez y Profesora de Tiempo Completo de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Se puede contactar en el Instituto de Tecnología e Ingeniería, Avenida del Charro 450, Ciudad Juárez Chih., México.

Jocelyn Daniela Alonso Ochoa es Maestra en Ciencias Administrativas por la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez y Profesora de Tiempo Completo de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Se puede contactar en el Instituto de Ciencias Sociales y Administración. Avenida Universidad y H. Colegio Militar, Zona Chamizal, Ciudad Juárez, Chih., México.

EL IMPACTO DE LA CALIDAD EN LAS FINANZAS DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO DE PUEBLA, MÉXICO

Mario Antonio Burguete García, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Ramón Sebastián Acle Mena, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Enrique Darío Romero y Cejudo, Instituto de Estudios Universitarios A.C.

Pablo Daniel Palacios Duarte, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo demostrar la relación entre la calidad y las finanzas en las micro, pequeñas, y medianas empresas de la industria del vestido en el Municipio de Puebla, México. La investigación aporta conocimiento teórico al justificar que las finanzas son un problema de competitividad para las empresas. Los resultados mostrados pertenecen a una investigación de tipo cuantitativo, logrando la aplicación de un modelo para comprobar la relación entre la calidad y las finanzas en las empresas y su impacto. Se emplearon de forma práctica los conceptos de las finanzas y la calidad en la industria del vestido. El resultado concluye que hay un impacto directamente proporcional con una asociación positiva y alta de la variable calidad en la variable finanzas dentro de la industria del vestido en el Municipio de Puebla.

PALABRAS CLAVE: Finanzas, Calidad e Industria del Vestido

THE IMPACT OF QUALITY ON FINANCE OF THE DRESS INDUSTRY IN PUEBLA, MEXICO

ABSTRACT

The objective of this research is to demonstrate the connection between quality and finances of the Garment Industry. Specifically, we are interested in micro, small, and medium enterprises in the Municipality of Puebla, Mexico. This research provides theoretical knowledge that shows finances are an issue for enterprise competitiveness. We apply a model to verify connection between the quality and the finances of enterprises. The concept of finances and quality in the Garment Industry were used in a practical way. The results show that a directly proportional impact with a positive and high association of the variable quality on the variable finances within the Garment Industry.

JEL: M10, L15, L67

KEYWORDS: Finance, Quality, Garment Industry

INTRODUCCIÓN

Según Padilla, Cordero, Hernández y Romero (2008), la industria del vestido es una industria flexible con mayor capacidad de movimiento, porque su proceso de producción se reubica a otros países, entre ellos México, teniendo como ventajas la disminución de los costos, como bajos salarios de la mano de obra y la facilidad de incluirlos como fuerza de trabajo. Ante la apertura comercial, a la industria del vestido se le han abierto oportunidades para exportar directa e indirectamente

principalmente a los Estados Unidos. Entre ellas, intensificó el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y la integración a cadenas globales de producción, aumentando los empleos formales e informales. Pero aunado a lo anterior, se originaron retos y amenazas por el incremento de la competencia internacional, que exige mayor preparación para mejorar en todas sus áreas operativas de sus empresas. Por consecuencia, se presenta la investigación en el contexto de la industria del vestido del Municipio de Puebla, con la finalidad de resolver problemas en una de sus áreas operativas llamada finanzas. Las soluciones ante el problema de finanzas en las empresas pueden ser diversas; sin embargo, ante los beneficios de la calidad a través de un sistema de gestión de la misma, es posible encontrar que las empresas logren mejorar sus finanzas con mayor eficiencia y eficacia, y de esta forma satisfacer al cliente. Por lo tanto, en este estudio se busca conocer la relación entre las finanzas y la calidad de las empresas. Esta investigación está organizada de la siguiente manera: se desarrolla la revisión de la literatura, se plantea y aplica la metodología, se describen los resultados y discusión de la investigación y posteriormente se exponen las conclusiones y referencias utilizadas. En la sección de revisión de la literatura se aportan diversas opiniones y definición conceptual sobre las variables de finanzas y calidad, sus relaciones, así como la importancia de la industria del vestido en México a través del estudio del Municipio de Puebla. En la revisión de la metodología, se desarrollan los siguientes puntos: Pregunta general de la investigación: ¿Qué relación existe entre la calidad y las finanzas en la industria del vestido en el Municipio de Puebla? Objetivo general: Demostrar la relación entre la calidad y las finanzas en las micro, pequeñas y medianas empresas de la industria del vestido en el Municipio de Puebla. Hipótesis: La calidad se relaciona en forma directa y positiva con las finanzas en la industria del vestido del Municipio de Puebla. Por último, se presentan los resultados y discusión de forma cuantitativa, las correlaciones y regresiones entre las variables a través de los análisis de correlación y regresión lineal, concluyendo que si existe una relación positiva alta entre la variable calidad y la variable finanzas en la industria del vestido en el Municipio de Puebla.

REVISIÓN LITERARIA

Para la revisión literaria se exponen los siguientes aspectos:

Finanzas

En un estudio de Tapies, J. (2011), concluye que la empresa familiar es la forma de propiedad más desarrollada en el tejido empresarial a nivel internacional. La empresa familiar es clave por su participación e importancia en la economía de un país, representando más del 50% en diferentes países. Por mencionar algunos países, las empresas familiares en América representan el 96% en Estados Unidos; 90%, Brasil; 75%, Chile. En Europa, el 75% en Alemania; 85%, España; 91%, Finlandia; 85%, Francia; 65%; Gran Bretaña, 65%. En Australia el 75%. Sin embargo, aunque tiene ventajas como la motivación, formación de capital social, reputación y marca, entre otras. También posee entre sus desventajas: el nepotismo, falta de talento, formación y de voluntad en algunos miembros de la familia, aunado al uso de los activos financieros con motivos personales fugando recursos de la empresa. _Desde luego, las empresas en México, en su mayoría de tipo familiar, no están exentas de estas ventajas y desventajas, implicando problemas entre las áreas operativas de la empresa, sobresaliendo en este caso las finanzas. Una de las razones, son los sesgos en la toma de decisiones de los directivos de las empresas que afectan a la misma, como el exceso de confianza y optimismo, que influyen de forma sistemáticamente en el proceso de presupuesto de capital, causando un importante impacto en la asignación de los recursos y en la creación de valor, convirtiéndose en un problema para atender (Arévalo, 2014). El problema financiero es difícil, porque los responsables de finanzas tienen alta responsabilidad en la dirección financiera, porque se trata de resolver problemas sobre la administración de los recursos de la empresa, para el financiamiento e inversión necesaria y cumplir con los objetivos de la misma. Es tan delicado el tratamiento de estos problemas que van desde la falta de liquidez para la operación de la empresa, hasta llevar a cabo procedimientos que lleven a la organización a operar con eficiencia y eficacia, representando

el éxito o fracaso de la misma. Por lo tanto, se requiere de decisiones efectivas para que la amenaza de los problemas financieros sea controlada durante el funcionamiento de las empresas (Faus, J. 2014).

Otro de los problemas ligados a las finanzas, es el entorno financiero de la empresa que representa también una amenaza. Ante las crisis financieras que ocurren y afectan a la economía de las personas y negocios, es importante considerar y desarrollar el enfoque de cuidado sustentable de los recursos financieros que implica que se atiendan las necesidades financieras en el presente, pero sin comprometer las necesidades financieras futuras. Es decir, las finanzas de las empresas, deben de buscar una solución al problema de no tomar en cuenta soluciones financieras que consideren el aspecto de sustentabilidad para estar protegidas ante una crisis financiera que representa una amenaza financiera, y por consecuencia una debilidad posterior (Vargas, G. y Díaz, M., 2016).

Las finanzas de la empresa es una de las áreas operativas importantes para el funcionamiento de la empresa. Las finanzas son parte de las actividades secundarias de la cadena de valor, que apoyan a las actividades primarias de la empresa como la logística interna, las operaciones, la logística externa, la mercadotecnia y ventas, y el servicio posventa, con el objetivo de lograr un mayor margen de utilidad y satisfacción del cliente. Por lo tanto, cuando fallan las finanzas en una empresa, se convierte en un verdadero problema, al no contar con los recursos o no manejarlos adecuadamente impidiendo el logro del objetivo de la empresa (Porter, 1997). Las finanzas como variable dependiente en este estudio, resultó de suma importancia para la sobrevivencia de la empresas. Reflexionando a las finanzas como una disciplina que se encarga de determinar el valor y la toma de decisiones. Su función principal es asignar recursos, lo que incluye adquirirlos, invertirlos y administrarlos. Y las áreas principales de las finanzas son tres: administración financiera, inversiones y mercados e intermediarios financieros. Sobresaliendo el área de administración financiera que se centraliza en cómo una organización puede crear y mantener el valor por medio de la toma de decisiones y una correcta administración.

Por lo tanto se comprende que las decisiones de esta área se encuentran en tres categorías: decisiones de inversión (lado de los activos), decisiones de financiamiento (lado de los pasivos y el capital de los accionistas), tomando en cuenta el enfoque de un estado de situación financiera. Y además las decisiones gerenciales, que se relacionan con las decisiones sobre el funcionamiento de la empresa, es decir, decisiones del tamaño, crecimiento y salarios del personal (Emery, D., Finnerty, J. y Stowe ,2000; Brealey y Myers, 1999; y Perdomo, 1991). Este enfoque coincide con Morales, C. A. y Morales C. J. (2002) y Münch (1993), donde las finanzas al ser un conjunto de acciones mercantiles relacionadas con el dinero de los negocios, la Bolsa y los Bancos, implica lograr la asignación óptima de los recursos y administración; por consecuencia la obtención del máximo rendimiento, y así crear valor para la empresa (Ross, S., Westerfield, R., Jaffe, J., 2005). Además que al estar las empresas sujetas a un entorno económico externo, tanto nacional como internacional, también se tienen que estudiar las condiciones en donde se desarrollan, cuyas variables “macrofinancieras” ejercen la máxima influencia en el desarrollo económico y financiero de un país.

Estas variables son: inflación interna, inflación externa, actividad económica nacional e internacional, precio internacional del petróleo, situación de la balanza comercial, niveles de las reservas monetarias en el Banco Central, importe de las inversiones reales, situación de las finanzas públicas nacionales, nivel del déficit fiscal estadounidense, liquidez financiera internacional existente, tasas de interés nacionales, tasas de interés internacionales, cotización de moneda local/dólar y cotización dólar/euro. Para el desarrollo de las finanzas se utiliza la información financiera, que a través de los estados financieros describen a una empresa. De aquí que en la contabilidad y las finanzas exista una diferencia fundamental según el enfoque utilizado. La contabilidad tiene una perspectiva histórica, siendo su propósito el rendir cuentas de operaciones del pasado. En cambio, el énfasis de las finanzas está en determinar el valor y tomar decisiones, enfocándose hacia el futuro; es decir, se hacen las preguntas ¿qué se hace ahora? y ¿a dónde se va a partir de aquí? Dicho de otra manera, con la perspectiva de Emery, D., Finnerty, J. y Stowe (2000), las finanzas constituyen el campo que se ocupa de adquirir, invertir y administrar capital, y de

responder las siguientes preguntas fundamentales: 1) ¿Cuáles activos deberá adquirir la empresa? 2) ¿Cómo corresponderá financiarse?, 3) ¿Cuáles decisiones de tipo operativo y financiero son congruentes para el logro del objetivo de la empresa de maximizar la riqueza de los accionistas. Por consecuencia, la obtención y la aplicación de los recursos financieros es responsabilidad de las finanzas. Entonces, para lograr atender estas responsabilidades, se necesita contar con una buena información financiera, realizar un correcto análisis financiero, una adecuada planeación y control de los recursos, con la correspondiente negociación con las instituciones y mercados financieros para tomar buenas decisiones en inversión y financiamiento. Además, en la visión general de las finanzas comprende el análisis financiero, planificación y control. La planificación como la clave del éxito del gerente financiero.

Un buen plan debe relacionar las fuerzas y debilidades que tiene la empresa para tomar acciones correctivas. Pero basado, en la realización de un análisis financiero cuya información financiera básica son los estados financieros como el Balance general y el Estado de resultados; donde uno de los métodos de análisis más usuales es el llamado análisis de razones (Weston y Brigham, 2000, García, J., 1996). Estos autores, consideran que el proceso de planificación y control utiliza como herramientas al punto de equilibrio, que es un enfoque de planeación de utilidades en el que los ingresos y los gastos son iguales. Una técnica que estudia las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y las utilidades. La otra herramienta de dirección para la planificación y control es el presupuesto o plan financiero, que implica realizar la planeación de los resultados, origen y aplicación de los recursos y situación financiera de la empresa. Para concluir el apartado, la variable finanzas, se relacionan con la asignación, adquisición, inversión y la administración de los recursos, como funciones; para lograr objetivos. De esta forma, las finanzas es un arte de acercar dinero y administrarlo favorablemente para alcanzar los objetivos previamente establecidos por la empresa. En función de lo anterior, se consideró necesario medir a la variable en cuestión en sus dimensiones de: información financiera, análisis financiero, gestión financiera, planificación financiera y control de los recursos.

Calidad

Con la calidad a través de sistemas de gestión de la misma, se logran beneficios para las empresas, de acuerdo con Carmona, M., Suárez, E., Calvo, A. y Perriñez, R. (2016). Y se confirma sobre un estudio acerca del análisis de los niveles de implantación de los sistemas de gestión de la calidad en empresas del sur de España y norte de Marruecos. Con estos sistemas, se logran beneficios y se detectan las barreras en contra de los mismos. Los beneficios que obtenidos fueron: mayor implicación y definición de responsabilidades de las personas en la calidad; mayor capacitación de las personas y mejora en la comunicación interna; mejor estandarización en procedimientos trabajo y, calidad de los productos y servicios; incremento de la satisfacción de los clientes y captación de nuevos clientes; fidelización de los clientes actuales, reducción de auditorías y controles de clientes; y mejor cumplimiento de plazos de entrega. Y se confirmaron también, los aspectos de Casadesus y Karapetrovic, 2005 citados por los autores anteriores, donde comentaron que los beneficios se relacionan con resultados de tipo financiero, operativo y comercial, aún contra las barreras manifestadas de falta de conocimiento, confianza y de voluntad de la alta dirección.

Estos descubrimientos, tienen coincidencia con Díaz, M. y Vega, W. (2015), donde en su estudio sobre el mejoramiento del desempeño organizacional, y el desarrollo de una metodología para diseñar e implementar un sistema de gestión de los costos de la calidad, reflexionaron que con la implantación de un sistema de gestión de calidad, se puede permitir el logro de un cambio organizacional significativo en el interior de las empresas y así garantizar el desarrollo de un sistema empresarial organizado, ético, con eficacia y eficiencia, que convierte a las empresas en organizaciones de alto reconocimiento. Los resultados anteriores son confirmados por otras investigaciones en distintos giros de empresas, en este caso, en empresas tanto de procesamiento de la carne como en hospitales públicos. En las empresas del primer giro, el estudio tuvo como objetivo realizar el análisis exploratorio sobre la medición del uso de

los sistemas de calidad implementados por empresas cárnicas y su relación con el desempeño empresarial, tomando como base empresas de un municipio del norte de México; y llegaron a la conclusión, de que existen coincidencias con otros estudios sobre que las empresas con mayor cantidad de sistemas de calidad tienen mejor desempeño en las cantidades de producción y ventas (Huerta, M., Sandoval, S., Preciado, M., Rodríguez, J., 2017). En las empresas del segundo giro, al realizar un estudio sobre la calidad, para seleccionar e implementar un set de indicadores para hospitales públicos de tercer nivel, encontraron que dada la importancia de la calidad, es trascendental medir la calidad en la atención de la salud; de tal forma de que se pueda evaluar las estrategias y programas nacionales e internacionales para mejorar la calidad de los servicios de salud (Saturno, P., Martínez, I., Poblano, O., Vértiz, J., Suárez, E., Magaña, M., Kagua, S., 2017).

La calidad como variable independiente, está considerada como una solución, además de la mejora en el servicio, al problema de finanzas de la empresa. Y se deriva de las aportaciones de diferentes investigadores sobre este tema, que han llegado a la resolución de que ofreciendo un bien y servicio de calidad con el adecuado control, es posible sobrevivir ante un ambiente difícil. Existen pioneros de la calidad, como el norteamericano Joseph M. Juran, y el japonés Kaoru Ishikawa. En el caso de (Juran, 1990), la palabra calidad tiene múltiples significados, entre otros, es el comportamiento del producto, resultado de las características que crean satisfacción y logran que el cliente lo compre. Otro “es la ausencia de deficiencias” debido a que de esta forma se evita la existencia de quejas y reclamaciones del cliente. Y también resalta “la adecuación al uso”, donde existen varios usos y usuarios, habiendo clientes internos y externos. Por último, Juran considera que la gestión de la calidad se realiza mediante una trilogía de procesos de gestión, parecido a la usada hace tiempo en la gestión financiera: Planificación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad. El proceso de Planificación trata de desarrollar los productos y procesos para satisfacer a los clientes; el fin del proceso de control de calidad es evitar que las cosas empeoren; y el tercer proceso, mejorar la calidad, donde se trata de tomar medidas para aprovechar la oportunidad para mejorar.

Respecto a Ishikawa, resalta la importancia de conocer lo que desea el cliente y controlar su satisfacción. Coincide con Juran, porque toma en cuenta el control de la calidad, definiéndolo como “hacer lo que se debe hacer en todas las industrias”. Si se mide el resultado, hay control de calidad y de esta forma se traen ganancias a la empresa. La primera etapa es conocer los requisitos de los consumidores; y saber qué comprará, previendo posibles reclamos y defectos. El control puede llegar a su estado ideal donde ya no se requiere de vigilancia o inspección (Ishikawa, 1999). La calidad se considera como un enfoque motivador de interés general, y existe una nueva era de los gurús de la calidad que propagaron sus teorías a nivel mundial entre los años setenta y los años ochenta. Entre ellos sobresalen Philip Crosby, Claus Moller, Dorian Shainin y Jan Carlzon. Estos gurús concuerdan en algunos puntos con métodos diferentes, como la aseveración de que hasta que la Alta dirección se encuentre en forma permanente involucrada con la calidad, nada marchará. Debido a la globalización, el siglo XX ha sido de los gurús, donde el origen de los mismos es mucho más diverso; es decir, ya hay líderes de la calidad japoneses, norteamericanos, ingleses, daneses y suecos (Montaudon, 2003).

Con relación al establecimiento de sistemas de aseguramiento de la calidad se usan como base las normas ISO 9000 de la Organización Internacional de Normalización ISO. Se manifiesta que dado el éxito de estas normas, aproximadamente 100 naciones, incluyendo México, están aplicando esta metodología. Posteriormente de una revisión a las normas durante el año 2000, se llegó a la norma ISO 9001: 2000, para que fueran, entre otras razones, fácilmente aplicables a pequeñas, medianas y grandes empresas, tanto del sector privado como público, a los sectores industriales y de servicio, y por la sencillez de uso. Con el objetivo de lograr entendimiento, desde los más altos niveles de las organizaciones, de los fundamentos de las nuevas normas, se muestran los principios de la gestión de la calidad (Comité nacional de productividad e innovación tecnológica, A.C. [COMPITE, A.C.], 2003). Los principios de la gestión de la calidad son: 1) Organización enfocada al cliente. Se describe a que la organización depende

de sus clientes; por lo tanto, hay que satisfacer sus expectativas; 2) Liderazgo. Los líderes se comprometen crear y mantener el ambiente interno para que el personal se involucre en los objetivos de la organización; 3) Participación de todo el personal. El personal es la esencia de la organización, y se requiere de su total implicación para aprovechar sus capacidades que beneficien a la misma; 4) Enfoque a procesos. Si las actividades se gestionan como un proceso, se logran resultados con mayor eficiencia; 5) Enfoque del sistema hacia la gestión. Se mejora la eficacia y la eficiencia de una organización si se identifica, se entiende y gestiona un proceso interrelacionado para un objetivo dado; 6) Mejora continua. Debe ser el objetivo permanente de una organización; 7) Enfoque objetivo hacia la toma de decisiones. La efectividad de las decisiones se apoyan en el análisis de datos y en la información; 8) Relaciones mutuamente benéficas con el proveedor. Si hay interdependencia entre la organización y sus proveedores y buenas relaciones benéficas, se intensifica la capacidad para crear valor.

De la revisión de la literatura, resaltaron como características esenciales: lograr la completa satisfacción del cliente, comprar los bienes y servicios de la empresa, por medio de la relación con la alta dirección y todo el personal de la organización, con procesos y la cadena desde el proveedor hasta el cliente, como un sistema de gestión que relaciona el COMPITE, A.C. Por lo tanto, se consideraron las siguientes dimensiones: organización enfocada al cliente, liderazgo, participación de todo el personal, enfoque a procesos y del sistema hacia la gestión, mejora continua, enfoque objetivo hacia la toma de decisiones, relaciones mutuamente benéficas con el proveedor, normas de calidad y control de calidad. En síntesis, la variable calidad como variable independiente, se considera que es una forma para solucionar el problema de finanzas de la empresa, debido al orden y a la sistematización de las actividades enfocadas al logro del objetivo de la empresa, que es acercarse recursos en forma óptima y administrarlos en forma adecuada. Por lo tanto, la calidad es lograr la completa satisfacción del cliente y que este la reconozca y recompense, comprando los bienes y servicios de la empresa, por medio de un sistema de gestión de calidad que dirija y controle a la organización con enfoque al cliente.

Industria del Vestido de Puebla

Las industria del vestido en México ocupa un lugar importante dentro la economía representando el 7.6% del total de las industrias manufactureras, ya que generaron empleos por 344,950 aportando el 7.4% al total de la ocupación de las industrias manufactureras, resaltando que el 59% de los empleos es de mujeres y el 41% es de hombres. Es importante mencionar, que el grueso de las unidades económicas de este sector se concentró en las microempresas, ya que 9 de cada 10 de ellas son microempresas y dieron empleo a dos de cada diez personas ocupadas. El estado de Puebla ocupó el tercer lugar a nivel nacional en la producción de la industria del vestido con un 8.5%, después del estado de México con un 19.9% y de la ciudad de México con un 25.3% (INEGI, 2011).| La industria del vestido en Puebla se compone por cadenas productivas globales y por estructuras y relaciones locales como: comunidades, familias y relaciones de género. Involucra mayor número de empleos tanto formales como informales (Carstensen, 2012). Sin embargo en esta investigación se realizó en empresas de tipo formal.

La confección de prendas de vestir del estado de Puebla es importante en la característica de personal ocupado (promedio), entre otros aspectos; ya que es la tercera generadora de empleos en la entidad, con 65,000 empleos, requiriendo cada vez más personal, porque tan sólo en los últimos tres años se tiene un incremento en general de producción, la cual no se puede sacar en dos o tres turnos (El Economista, 2017). Puebla aporta a la producción nacional de la fabricación de prendas de vestir el 8.5%, y al interior de este estado existen 141 municipios, donde tres de ellos generan el 68% de la producción estatal (Teziutlán 29.2%, Municipio de Puebla 23.5%, Tehuacán 15.35). Esta producción se ve privilegiada por el soporte que tiene al contar con proveedores de insumos y acabados textiles locales. Produciéndose el 14.7% de la producción nacional de insumos textiles, siendo la segunda entidad más importante del país por este tipo de producción, después del estado de México. Destaca el Municipio de Puebla por producir 46% de la producción de insumos textiles de todo el estado, siendo 43 empresas las que producen casi nueve de cada diez pesos de la producción total (INEGI, 2011). Se puede concluir, que la industria del vestido del Municipio de Puebla es muy importante por el mayor número de empresas micro y pequeñas con que se integra y empleos que genera, aunado a las oportunidades para la creatividad y exportación, y

que no solo puede ser una empresa mexicana al 100% para exportar, sino que por sus características puede ser parte de la cadena de valor de otras empresas internacionales que exportan a través de la maquila o distribución directa de sus productos.

METODOLOGÍA

En esta investigación se consideraron los siguientes puntos: a) La pregunta general de la investigación: ¿Qué relación existe entre las finanzas y la calidad en las empresas de prendas de vestir de la industria del vestido del Municipio de Puebla? b) Objetivo general: demostrar la relación entre las finanzas y la calidad en las empresas de prendas de vestir de la industria del vestido en el Municipio de Puebla. c) La hipótesis general de tipo correlacional fue “La calidad de la empresa tiene relación con las finanzas en las empresas de prendas de vestir de la industria del vestido ubicadas en el Municipio de Puebla”.

Para más detalle todas las hipótesis que se consideraron se exponen en la Tabla 1.

Tabla 1: Hipótesis de la Investigación

Número de Hipótesis	Descripción de la Hipótesis
H1	La calidad de la empresa tiene relación con las finanzas en las empresas de prendas de vestir de la industria del vestido ubicadas en el Municipio de Puebla.
H2	La organización enfocada al cliente, el liderazgo, participación de todo el personal y las relaciones mutuamente benéficas con el proveedor de la empresa; se relacionan con su gestión financiera.
H3	El enfoque a procesos y del sistema hacia la gestión, la mejora continua, las normas de calidad y control de la calidad de la empresa; se relacionan con su planificación y control financiero.
H4	El enfoque a procesos y del sistema hacia la gestión, la mejora continua, las normas de calidad y control de la calidad de la empresa; se relacionan con su planificación y control financiero.

En la Tabla 1 se forman la hipótesis general y de trabajo con el propósito de contar con las guías para esta investigación. En las columnas se presentan el número de hipótesis y la descripción de cada una de ellas. En los renglones se muestran las hipótesis. La primera hipótesis H1 se describe como “La calidad de la empresa tiene relación con las finanzas en las empresas de prendas de vestir de la industria del vestido ubicadas en el Municipio de Puebla”; la hipótesis H2, “La organización enfocada al cliente, el liderazgo, participación de todo el personal y las relaciones mutuamente benéficas con el proveedor de la empresa; se relacionan con su gestión financiera”; la hipótesis H3, “El enfoque a procesos y del sistema hacia la gestión, la mejora continua, las normas de calidad y control de la calidad de la empresa; se relacionan con su planificación y control financiero”; y por último, la hipótesis H4, “El enfoque a procesos y del sistema hacia la gestión, la mejora continua, las normas de calidad y control de la calidad de la empresa; se relacionan con su planificación y control financiero”.

De acuerdo con las hipótesis; se presenta el resumen técnico de la investigación sobre la metodología utilizada en la Tabla 2. Las variables utilizadas en la operacionalización fueron: las finanzas y calidad. En la primera variable finanzas, las dimensiones son: información financiera, análisis financiero, gestión financiera, planificación financiera y control de los recursos, debido a que se caracterizan como medios para alcanzar los objetivos.

Respecto a la primera dimensión información financiera tiene como indicadores a la toma de decisiones y a la existencia de estados financieros. La segunda dimensión análisis financiero, tiene como indicadores a la liquidez, los proveedores, endeudamiento, rentabilidad de ventas y rentabilidad de activos. Los indicadores de la dimensión gestión financiera son el capital de trabajo y financiamiento de largo plazo. En la dimensión planificación financiera y control de los recursos tiene como indicadores al punto de equilibrio, los presupuestos, control presupuestal y el cumplimiento fiscal. Ver tabla 3. Para la segunda variable calidad, se seleccionaron como dimensiones: organización enfocada al cliente, liderazgo, participación de todo el personal, enfoque a procesos y del sistema hacia la gestión, mejora continua, enfoque objetivo hacia la toma de decisiones, relaciones mutuamente benéficas con el proveedor, normas de calidad y control de calidad. Ver tabla 4. Se muestran en la Tabla 3 y Tabla 4, la operacionalización de las variables finanzas y calidad respectivamente.

Tabla 2: Resumen Técnico de la Investigación

Enfoque y Tipo investigación	Enfoque cuantitativo, tipo de investigación: descriptiva, correlacional y transversal.
Unidad de análisis	Empresas micro, pequeñas y medianas del sector de prendas de vestir
Método de investigación	Deductivo, analítico y sintético.
Técnica de Investigación	Encuesta y entrevista.
Instrumento	Cuestionario con 26 ítems y uso de la escala tipo Likert con opciones: Totalmente de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Totalmente en desacuerdo.
Estrategia de aplicación	¿A quién?: Directivo o dueños de la empresa seleccionada, ¿Dónde?: En su empresa ¿Cuándo? 1er trimestre del 2017
Población objetivo	358 empresas de prendas de vestir en el Municipio de Puebla (INEGI, 2011).
Fórmula y tamaño de la muestra del estudio	Fórmula muestra probabilística de dos pasos; 1. Tamaño provisional de la muestra $n' = \frac{s^2}{v^2}$ y 2. Tamaño final de la muestra $n = \frac{n'}{1+n'/N}$ (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006). Y tamaño de la muestra de 42 empresas.
Técnicas/pruebas utilizadas en el análisis de los datos	Pruebas estadísticas paramétricas: coeficiente de correlación de Pearson, coeficiente de determinación y Coeficiente de Alpha de Cronbach obteniendo una fiabilidad de 0.81 valor bueno. Métodos de análisis de regresión lineal.
Programa estadístico utilizado	Minitab y Excel

En la Tabla 2 se exhibe el diseño de la metodología que se utilizó de acuerdo al problema de investigación que se planteó. Se usó un enfoque cuantitativo con un tipo de investigación descriptiva, correlacional y transversal. Como unidad de análisis se tomó en cuenta a las micro, pequeñas y medianas empresas del sector de prendas de vestir. Los métodos de investigación fueron de tipo deductivo, analítico y sintético. Las técnicas de investigación que se utilizaron fueron la encuesta y entrevista, se utilizó como instrumento de medición un cuestionario con 26 ítems y uso de la escala tipo Likert con opciones: Totalmente de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Totalmente en desacuerdo. Se destinó a directivos o dueños de la empresa seleccionada durante 1er trimestre del 2017. La población de empresas en el municipio de Puebla fue de 358, y se logró una muestra de 42. Las Técnicas/pruebas usadas en el análisis de los datos fueron pruebas estadísticas paramétricas: coeficiente de correlación de Pearson, coeficiente de determinación y Coeficiente de Alpha de Cronbach consiguiendo una fiabilidad de 0.81 valor bueno. Métodos de análisis de regresión lineal y finalmente se utilizaron los programas estadísticos de MINITAB y Excel. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3: Operacionalización de la Variable Finanzas

Variable Dependiente: Finanzas			
Definición Conceptual: Es un arte de acercar dinero y administrarlo favorablemente para alcanzar los objetivos previamente establecidos por la empresa (Emery, D., Finnerty, J. y Stowe, 2000).			
Definición Operacional: Está formada por información financiera, análisis financiero, gestión financiera, planificación financiera y control de los recursos.			
Dimensión	Indicador	Ítem	Unidad de medición
Información financiera	Toma de decisiones	1. La empresa siempre utiliza los estados financieros para tomar decisiones	
	Existencia de estados financieros	2. En la empresa siempre se realizan el estado de resultados y el balance general no fiscal	1) Totalmente en desacuerdo
	Liquidez	3. La empresa siempre cuenta con liquidez para pagar sus necesidades de capital de trabajo y deudas de largo plazo	2) En desacuerdo
	Proveedores	4. La empresa se caracteriza por mantener cartera sana con sus proveedores	3) De acuerdo
Análisis financiero	Endeudamiento	5. La relación de pasivo total a activo total es menor al 50%	4) Totalmente de acuerdo
	Rentabilidad de ventas	6. La rentabilidad sobre sus ventas de la empresa es muy buena	
	Rentabilidad de activos	7. La rentabilidad sobre sus activos de la empresa es muy buena	
	Capital de trabajo	8. La empresa siempre cuenta con financiamiento para su capital de trabajo	
Gestión financiera	Financiamiento a largo plazo	9. La empresa siempre puede obtener financiamiento a largo plazo de los bancos comerciales y/o bancos de desarrollo	
	Punto de equilibrio	10. La empresa se caracteriza por tener bien definidos sus costos fijos, costos variables y a su punto de equilibrio	
	Presupuestos	11. La empresa se caracteriza por contar con presupuesto de ingresos, de costos y gastos y flujo de efectivo a corto, mediano y largo plazo	
Planificación y control	Control presupuestal	12. Siempre se compara el presupuesto programado contra lo realizado	
	Cumplimiento fiscal	13. La empresa siempre cumple con sus obligaciones fiscales	

En la Tabla 3, se muestra la operacionalización de la variable finanzas. En la parte superior se presenta el nombre de la variable y sus definiciones conceptual y operacional. En las columnas, se especifica su dimensión, indicador, ítems y unidad de medición. En los renglones, se detalla sus dimensiones como la información financiera, análisis financiero, gestión financiera y, planificación y control financiero con sus respectivos indicadores, con un total de 13 ítems, y como unidad de medición se consideraron las siguientes elecciones: (1) Totalmente en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo.

Tabla 4: Operacionalización de la Variable Calidad

Variable Dependiente: Calidad			
<u>Dimensión</u>	<u>Indicador</u>	<u>Ítem</u>	<u>Unidad de medición</u>
Definición Conceptual: Es lograr la completa satisfacción del cliente y que este la reconozca y recompense, comprando los bienes y servicios de la empresa, por medio de un sistema de gestión de calidad que dirija y controle a la organización con enfoque al cliente (Juran 1990 y COMPITE, 2003).			
Definición Operacional: Está formada por la organización enfocada al cliente, liderazgo, participación de todo el personal, enfoque a procesos y del sistema hacia la gestión, mejora continua, enfoque objetivo hacia la toma de decisiones, relaciones mutuamente benéficas con el proveedor, normas de calidad y control de calidad.			
Organización enfocada al cliente	Organización	14. La organización siempre conoce las necesidades presentes y futuras de sus clientes, y las cumple	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) De acuerdo 4) Totalmente de acuerdo
Liderazgo	Dirección	15. La dirección de la empresa se caracteriza por crear y mantener un ambiente interno de motivación y reconocimientos para que el personal participe activamente	
Participación de todo el personal	Personal	16. El personal siempre participa en el logro de los objetivos de la organización	
Enfoque a procesos y del sistema hacia la gestión	Procesos	17. La empresa se caracteriza porque sus actividades se realizan por medio de un proceso definido para el logro de la satisfacción del cliente	
Mejora continua	Objetivos	18. Para la empresa la mejora continua es un objetivo permanente	
Enfoque objetivo hacia la toma de decisiones	Toma de decisiones	19. En la empresa las decisiones siempre se toman en base a un análisis de datos y en la información	
Relaciones mutuamente benéficas con el proveedor	Proveedores	20. Las relaciones entre el proveedor y la empresa son buenas para crear valor al cliente	
Normas de calidad	Producto	21. Las normas de calidad del producto están por escrito y se cumplen	
	Materias primas	22. La empresa siempre cuida la calidad desde la selección de los proveedores y tienen por escrito los requisitos de calidad que deben cumplir las materias primas	
Control de calidad	Clientes	23. La empresa tiene conocimiento de que el nivel de quejas y devoluciones de los clientes se encuentran en los límites razonables	
	Comunicación	24. En la empresa siempre se registran todas las fallas en el proceso total	
	Certificación	25. La empresa se caracteriza por contar con certificaciones oficiales de calidad	
	Herramientas	26. La empresa siempre utiliza la estadística y gráficas para control de calidad	

En la Tabla 4, se presenta la operacionalización de la variable calidad. En la parte superior se muestra el nombre de la variable y sus definiciones conceptual y operacional. En las columnas, se indica su dimensión, indicador, ítems y unidad de medición. En los renglones, se detalla sus dimensiones como la información financiera, análisis financiero, gestión financiera y, planificación y control financiero con sus respectivos indicadores, con un total de 13 ítems, y como unidad de medición se consideraron las siguientes elecciones: (1) Totalmente en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo.

Se realizó un análisis estadístico a través de un análisis de correlación de Pearson, que es una prueba estadística para analizar la asociación entre dos variables medidas en un nivel por intervalos o de razón (Kumar, 2006). Para la correcta interpretación de resultados, se usó la tabla de significados planteados por (Portus, 1985) como se muestra en la Tabla 5

Tabla 5: Interpretación de la Escala del Coeficiente de Correlación de Pearson

Valor	Significado	Símbolo
0	Correlación nula	
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja	*
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja	**
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada	***
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta	****
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta	*****
1	Correlación positiva grande y perfecta	*****

En la Tabla 5 se muestran los valores y significados para la interpretación de los resultados de los diferentes coeficientes de correlación de Pearson. En la primera columna se exhiben los valores de los coeficientes. En la segunda columna se detallan los diferentes significados que corresponden a cada uno de los valores. El intervalo donde varía el coeficiente de Pearson es de -1 a 1. El valor de -1 representa que hay una correlación inversa perfecta; el valor de 1 significa que hay una correlación directa perfecta. Los valores entre el valor de cero a -1 o a 1, tienen distintos niveles de correlación, excepto el valor de cero que significa que no hay correlación entre las variables. Fuente: (Portus, 1985).

Para demostrar la relación entre la variable calidad y la variable finanzas en las micro, pequeñas y medianas empresas de la industria de prendas de vestir en el Municipio de Puebla, se diseñaron las hipótesis que se plantean en la Tabla 1, para aplicar el método de correlación y observar la asociación de las variables, y con el método de regresión lineal identificar la causalidad entre ellas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se exhiben las hipótesis tanto general como de trabajo, resultados y comentarios en la Tabla 6. El desarrollo analítico utilizado en esta investigación, se presenta más adelante en las Tablas 7, 8, 9 y 10, exponiéndose la matriz de correlación entre las variables calidad y finanzas (Tabla 7), la matriz de correlación entre las dimensiones de las variables (Tabla 8), el análisis de regresión entre las variables (Tabla 9) y el análisis de regresión entre las dimensiones de las variables (Tabla 10). A continuación, en la Tabla 6 se detallan las hipótesis son sus respectivos resultados e interpretación:

Tabla 6: Hipótesis y Resultados de la Prueba de Hipótesis

Hipótesis	Resultados	Comentarios
H1: La calidad de la empresa tiene relación con las finanzas en las empresas de prendas de vestir de la industria del vestido ubicadas en el Municipio de Puebla.	<p>Coefficiente de Pearson igual a 0.8470 Coeficiente de determinación igual a 0.7180</p> <p>La ecuación que relaciona a las variables es: Finanzas = 0.82 + 0.918 calidad</p>	<p>La calidad explica el 71.80% de la variación de las finanzas. La correlación entre las variables es positiva alta y, por lo tanto, se acepta H1, demostrando una relación de causalidad, donde la calidad de la empresa incide en las finanzas de las empresas de prendas de vestir de la industria del vestido ubicadas en el Municipio de Puebla.</p>
H2: La organización enfocada al cliente, el liderazgo, participación de todo el personal y las relaciones mutuamente benéficas con el proveedor de la empresa; se relacionan con su gestión financiera.	<p>Coefficiente de Pearson igual a 0.297 Coeficiente de determinación igual a 0.0880</p> <p>La ecuación que relaciona a las variables es: Gestión financiera = 1.29 + 0.308 (organización enfocada al cliente, el liderazgo, participación de todo el personal y las relaciones mutuamente benéficas con el proveedor de la empresa)</p>	<p>Se puede argumentar que la organización enfocada al cliente, el liderazgo, participación de todo el personal y las relaciones mutuamente benéficas con el proveedor de la empresa explican el 8.80% de la variación de su gestión financiera. La correlación es positiva baja, por lo tanto, se acepta H2, demostrando una relación de causalidad muy baja, donde la organización enfocada al cliente, el liderazgo, participación de todo el personal y las relaciones mutuamente benéficas con el proveedor de la empresa; inciden en forma mínima en su gestión financiera.</p>
H3: El enfoque a procesos y del sistema hacia la gestión, la mejora continua, las normas de calidad y control de la calidad de la empresa; se relacionan con su planificación y control financiero.	<p>Coefficiente de Pearson igual a 0.925 Coeficiente de determinación igual a 0.8550</p> <p>La ecuación que relaciona a las variables es: Planificación y control = - 1.92 + 0.552 (Enfoque a procesos y del sistema hacia la gestión, la mejora continua, las normas de calidad y control de la calidad de la empresa)</p>	<p>El enfoque a procesos y del sistema hacia la gestión, la mejora continua, las normas de calidad y control de la calidad de la empresa explica el 85.50% de la variación de su planificación y control financiero. La correlación es positiva muy alta; por lo tanto, se acepta H3, demostrando una relación de muy alta causalidad, donde el enfoque a procesos y del sistema hacia la gestión, la mejora continua, las normas de calidad y control de la calidad de la empresa; inciden en su planificación y control financiero.</p>
H4: El enfoque objetivo hacia la toma de decisiones de la empresa; se relaciona con su información y análisis financiero.	<p>Coefficiente de Pearson igual a 0.4680 Coeficiente de determinación igual a 0.2190</p> <p>La ecuación que relaciona a las variables es: Información y análisis financiero = 15.0 + 2.22 (Enfoque objetivo hacia la toma de decisiones)</p>	<p>El enfoque objetivo hacia la toma de decisiones de la empresa explica el 21.9% de la variación de su información y análisis financiero. La correlación es positiva moderada, por lo tanto, se acepta H4., demostrando una relación de causalidad, donde el enfoque objetivo hacia la toma de decisiones de la empresa; incide en su información y análisis financiero.</p>

En la Tabla 6 se presentan las hipótesis sometidas a prueba, sus resultados y comentarios relacionados con la Tabla 5. Se forma de tres columnas. En la primera se puntualizan las hipótesis generales y de trabajo consideradas en la investigación. En la segunda se exhiben los resultados con las pruebas estadísticas (coeficiente de Pearson y de determinación). En la tercera, se declaran los comentarios con relación a la interpretación de los indicadores y los comentarios sobre la evidencia a favor y decisión acerca de las hipótesis. Fuente: Elaboración propia con base a la metodología.

Tabla 7: Matriz de Correlación Entre las Variables Calidad y Finanzas

Variables	Finanzas
Calidad	0.847
	0.000

En la Tabla 7 se expone la correlación entre las variables calidad y finanzas, donde la calidad es la variable independiente y las finanzas es la variable dependiente. Conforme a la Tabla 5, la correlación entre las variables es positiva alta (cuyo símbolo es ****). Por consecuencia, se confirma la hipótesis H1 manifestando una asociación alta y en forma directa. El nivel de significancia considerado es del 5 por ciento (símbolo **). Cabe aclarar que este valor no se relaciona con los símbolos de la tabla 5, sino con los lineamientos para especificar el nivel de significancia.

Tabla 8: Matriz de Correlaciones Entre las Dimensiones de las Variables Calidad y Finanzas

Dimensiones	La Organización Enfocada al Cliente, el Liderazgo, Participación de Todo el Personal y las Relaciones Mutuamente Benéficas Con el Proveedor de la Empresa	El Enfoque a Procesos y del Sistema Hacia la Gestión, La Mejora Continua, las Normas de Calidad y Control de La Calidad le la Empresa	El Enfoque Objetivo Hacia la Toma de Decisiones de la Empresa
El enfoque a procesos y del sistema hacia la gestión, la mejora continua, las normas de calidad y control de la calidad de la empresa	0.6990 0.000 ***		
El enfoque objetivo hacia la toma de decisiones de la empresa	0.5050 0.001 ***	0.4580 0.002 ***	
Gestión financiera	0.2970 0.056 **	0.6360 0.000 ***	0.2650 0.090 **
Planificación y control	0.6330 0.000 ***	0.9250 0.000 *****	0.3060 0.049 ***
Información y análisis financiero	0.6020 0.000 ***	0.5980 0.000 ***	0.4680 0.002 ***
	Gestión financiera	Planificación y control	
Planificación y control	0.5670 0.000 ***		
Información y análisis financiero	0.5080 0.001 ***	0.4690 0.002 ***	

En la Tabla 8 se exhibe la matriz de correlaciones entre las dimensiones de las variables calidad y finanzas, donde la calidad es la variable independiente y las finanzas la variable dependiente. Correspondiendo con la Tabla 5, las correlaciones entre las dimensiones de las variables independiente y dependiente son distintas, en relaciones positivas y directas. Se refleja la existencia de evidencia a favor en equivalentes y diferentes niveles de correlación para las hipótesis H2, H3 y H4. Para las hipótesis H3 y H4 su correlación resultó positiva muy alta (cuyo símbolo es *****) y positiva moderada (cuyo símbolo es ***) respectivamente; en cambio para la hipótesis H2 fue de positiva muy baja (cuyo símbolo es *****). El nivel de significancia considerado es del 5 por ciento (símbolo **). Se aclara que este valor no se relaciona con los símbolos de la tabla 5, sino con los lineamientos para especificar el nivel de significancia.

Tabla 9: Regresión Lineal de las Variables Finanzas y Calidad

Variables	Variable Dependiente: Finanzas
Variable independiente: calidad	Finanzas en función de la calidad
Valor de la constante o intercepción	0.82
Valor del coeficiente de la variable	0.918
Valor T-estadístico y nivel de significancia	10.09**
R ²	0.7180
ADJ R ²	0.7110
F- estadístico	101.81**

La Tabla 9 muestra los resultados de la regresión para la ecuación $Finanzas = 0.82 + 0.918 \text{ Calidad}$. Las finanzas es la variable dependiente y la calidad la variable independiente. Se detallan en los renglones: el nombre de la variable independiente; el valor de la constante o intercepción; valor del coeficiente de la variable con su valor t-estadístico y nivel de significancia del 5% (cuyo símbolo es **). Se aclara que este valor no se relaciona con los símbolos de la tabla 5, sino con los lineamientos para especificar el nivel de significancia.; el coeficiente de determinación; coeficiente de determinación ajustado; el F-estadístico y su nivel de significancia del 5% (**). En la columnas se anotan: el nombre de la variable dependiente; la relación entre las variables; y en el resto de las columnas, los valores relacionados con cada renglón. Es importante indicar que con el análisis de regresión realizado, se logró un tipo de relación lineal entre las variables Finanzas en función de la Calidad. Por consecuencia, fue posible lograr una ecuación de regresión para estimar el valor de la variable finanzas con base a un valor seleccionado de la variable independiente calidad, y de esta manera se calcularon los valores de la tabla. Con el análisis de varianza ANOVA, se calculó el F-estadístico y el coeficiente de determinación para contribuir con la evidencia de que la calidad explica el 71.80% de la variación de las finanzas con una significancia del 5% (**).

Tabla 10: Regresiones Lineales de las Dimensiones de las Variables Finanzas y Calidad

VARIABLES	Dimensión de Variable Dependiente (Finanzas): Gestión Financiera	Dimensión de Variable Dependiente (Finanzas): Planificación y Control	Dimensión de Variable Dependiente (Finanzas): Información y Análisis Financiero
Dimensiones de variable independiente (calidad): La organización enfocada al cliente, el liderazgo, participación de todo el personal y las relaciones mutuamente benéficas con el proveedor de la empresa. El enfoque a procesos y del sistema hacia la gestión, la mejora continua, las normas de calidad y control de la calidad de la empresa. El enfoque objetivo hacia la toma de decisiones de la empresa.	La gestión financiera de la empresa en función de la organización enfocada al cliente, el liderazgo, participación de todo el personal y las relaciones mutuamente benéficas con el proveedor de la empresa.	La planificación y control de la empresa en función del enfoque a procesos y del sistema hacia la gestión, la mejora continua, las normas de calidad y control de la calidad de la empresa.	La información y análisis financiero de la empresa en función del enfoque objetivo hacia la toma de decisiones de la empresa.
Valor de la constante o intercepción:	1.29	- 1.92	15.00
Valor del coeficiente de la variable	0.3080 1.97**	0.5520 15.35**	2.22 3.35**
Valor T-estadístico y nivel de significancia:			
R ² :	0.0880	0.8550	0.2190
ADJ R ² :	0.0660	0.8510	0.2000
F- estadístico y nivel de significancia:	3.88 **	235.55**	11.23**

La Tabla 10 muestra los resultados de las regresiones entre las dimensiones de las variables finanzas y calidad. Las finanzas es la variable dependiente y la calidad es la variable independiente. En los renglones se anotan por cada dimensión de la variable independiente los siguientes datos: el nombre de la dimensión de la variable independiente; el valor de la constante o intercepción; valor del coeficiente de la variable con su valor t-estadístico y nivel de significancia del 5% (**); el coeficiente de determinación; coeficiente de determinación ajustado; el F-estadístico y su nivel de significancia del 5% (**). Se detallan en las columnas los nombres de las dimensiones de la variable dependiente (finanzas). En el primer cruce de cada renglón y columna, se especifica la relación entre las variables; y en el resto, los valores relacionados con cada renglón. Con el análisis de regresión, se estableció un tipo de relación lineal entre las variables finanzas y la calidad. De esta forma, fue posible determinar la ecuación de regresión para estimar el valor de cada dimensión de la variable finanzas en función a un valor seleccionado de la dimensión de la variable independiente calidad, y de esta manera se calcularon los valores de la tabla. El análisis de varianza ANOVA, fue de gran beneficio para calcular el F-estadístico y el coeficiente de determinación, y así calcular que las dimensiones de la calidad explican en un porcentaje la variación de las dimensiones de las finanzas con un nivel de significancia del 5%(**). La tabla presenta los resultados de las siguientes ecuaciones de regresión: Gestión financiera = 1.29 + 0.308 (organización enfocada al cliente, el liderazgo, participación de todo el personal y las relaciones mutuamente benéficas con el proveedor de la empresa); Planificación y control = - 1.92 + 0.552 (Enfoque a procesos y del sistema hacia la gestión, la mejora continua, las normas de calidad y control de la calidad de la empresa); Información y análisis financiero = 15.0 + 2.22 (Enfoque objetivo hacia la toma de decisiones).

La pregunta de investigación respecto a la relación entre la calidad y las finanzas de en las empresas de prendas de vestir del Municipio de Puebla, se responde de acuerdo a los resultados logrados y la metodología utilizada. En la hipótesis H1, se consiguió una evidencia a favor, donde se observa que en la realidad, la calidad no solo tiene correlación directa, positiva y alta, sino también tiene incidencia en las finanzas, determinando una causalidad. En las demás hipótesis, se encontraron evidencias a favor en todas las dimensiones que se tomaron en cuenta para este estudio. Es decir, implicó una correlación positiva en las hipótesis H2, H3 y H4. Sin embargo, el nivel de correlación fue de positivo muy alto a positivo bajo. Para la hipótesis H3 resultó una correlación positiva muy alta; para la hipótesis H4 fue de positiva moderada, y por último en la hipótesis H2, de positiva baja.

Con la investigación, es posible corroborar los siguientes puntos: a) Las finanzas es un problema latente que se tienen que resolver. Y de acuerdo con Tapies, J. (2011), la empresa familiar es la forma de

propiedad más desarrollada en el tejido empresarial, porque también en México y sobre todo en este sector de prendas de vestir que se estudió, representa más del 90%, llegando a los niveles de países como Estados Unidos y Finlandia; b) hay relación con Arévalo (2014) y Faus, J. (2014), respecto a que ante la alta responsabilidad de decisiones efectivas de los directivos y responsables de las finanzas; el exceso de confianza y optimismo, es una amenaza para las empresas por los problemas financieros que se presentan en su funcionamiento, pudiendo afectar la asignación de los recursos y en la creación de valor, propósito que señala Münch (1993) y Ross, S., Westerfield, R., Jaffe, J. (2005); c) no se observó que las empresas en su mayoría conozcan o consideren el enfoque importante sobre la sustentabilidad en sus soluciones financieras. Es decir, conforme a Vargas, G. y Díaz, M. (2016), buscar una solución al problema de no tomar en cuenta soluciones financieras para estar protegidas ante una crisis financiera que representa una amenaza financiera, y por consecuencia una debilidad posterior.

Se deben de atender las necesidades financieras en el presente, pero sin complicar las futuras; e) coincidiendo con Porter (1997), las finanzas son parte importante y es una actividad de soporte de la cadena de valor, que si fallan afectan no solo a las demás actividades secundarias de la cadena, sino también a las actividades primarias cuyo principal objetivo es satisfacer al cliente y aumentar el margen de utilidad. En el estudio sobre este sector importante, se observó la interrelación con las demás áreas operativas y actividades que forman la cadena de valor de la empresa; f) se confirma lo aportado por Emery, D., Finnerty, J. y Stowe (2000); Brealey y Myers (1999); y Perdomo (1991), en relación en que las empresas deben tomar decisiones de inversión, financiamiento y sobre la operación; y hay fuerte coincidencia en que hay empresas que no manejan debidamente la información de los estados financieros, implicando que no tienen información para decidir oportunamente, y se encuentran ante una debilidad y amenaza inminente. Esta aseveración también es ratificada por Morales, C. A. y Morales C. J. (2002) donde resalta además el entorno macro financiero, donde existen variables externas que no controla la empresa y que pueden afectar seriamente su operación y existencia; g) se ratifica lo aportado por Emery, D., Finnerty, J. y Stowe (2000) y Weston y Brigham, 2000, García, J. (1996), sobre que las finanzas se ocupan de adquirir, invertir y administrar capital, y resultó adecuado la forma de medir la variable, utilizando las dimensiones de información financiera, análisis financiero, planeación y control, gestión financiera de los recursos; h) conforme a los resultados de la hipótesis (H1), se ratifica que la calidad como variable independiente, si es una solución al problema de finanzas de la empresa, ya que se observó que no solo tiene una asociación directa y positiva con un nivel alto; sino que incide en las finanzas de las empresas de prendas de vestir y se demuestra la causalidad entre ellas. Por lo tanto, existe una coincidencia con Carmona, M., Suárez, E., Calvo, A. y Perriñez, R. (2016) y Díaz, M. y Vega, W. (2015), porque los resultados demuestran una alta asociación entre la calidad y las finanzas, y en forma general, se relacionan con los beneficios de tipo financiero, operativo y comercial, el incremento en la mejora del desempeño organizacional, con eficacia y eficiencia.

Tiene afinidad con otros estudios nacionales e internacionales de Huerta, M., Sandoval, S., Preciado, M., Rodríguez, J. (2017) y Saturno, P., Martínez, I., Poblano, O., Vértiz, J., Suarez, E., Magaña, M., Kagua, S. (2017), donde sus resultados mostraron que en empresas de procesamiento de la carne y hospitales públicos, a través de la calidad o sistemas de gestión de la misma, se puede lograr un mejor desempeño, con la posibilidad de evaluar las estrategias y programas nacionales e internacionales para mejorar la calidad; i) en la dimensión compuesta por la organización enfocada al cliente, el liderazgo, participación de todo el personal y las relaciones mutuamente benéficas con el proveedor de la empresa de la empresa; si hay relación directa y positiva con la gestión financiera de la empresa (H2), aunque con un grado de correlación bajo, y su causalidad la explica en un mínimo porcentaje; y no obstante de que no se observó una causalidad importante sobre la gestión financiera de las empresas; existe asociación con las dimensiones aplicadas con base a los principios de gestión de calidad del COMPITE (2003), con el propósito de lograr entendimiento, desde los más altos niveles de la organización; j) con respecto a la dimensión sobre el enfoque a procesos y del sistema hacia la gestión, la mejora continua, las normas de

calidad y control de la calidad de la empresa; implicó que se relaciona e influye con un nivel muy alto en la planificación y control financiero de las empresas (H3), siendo también factor de causalidad .

Este resultado concuerda con los pioneros de la calidad como Juran (1990) y Ishikawa (1999). Con el primero, porque se mide la existencia de quejas y reclamaciones del cliente, y se utilizaron como dimensiones, al proceso de planificación y el proceso de control, donde se realiza una analogía entre estos procesos aplicados a la calidad y a las finanzas. Con el segundo, porque también se toma en cuenta el proceso de control de calidad, confirmando de que no es control de calidad sino se muestra resultado; k) como una reflexión y consecuencia del estudio, existe concordancia con Montaudon (2003) y los gurús Philip Crosby, Claus Moller, Dorian Shainin y Jan Carlzon, en que si la Alta dirección no se encuentra en forma permanente involucrada con la calidad, no marchará y mejorará la empresa, dada la calificación de los resultados obtenidos; l) se confirman las dimensiones aplicadas con base a los ocho principios de gestión de calidad del COMPITE (2003), que aunque se manifestaron en diferentes niveles, se observaron asociaciones positivas y directas; l) en lo que se refiere a la dimensión sobre el enfoque objetivo hacia la toma de decisiones de la empresa; si se relaciona e incide en la información y análisis financiero de las empresas (H4). Pero, con un grado de correlación moderada, y su causalidad la explica en un bajo porcentaje. Los resultados coinciden con el séptimo principio de la gestión de calidad de COMPITE (2003) que se relaciona con las aseveraciones sobre la necesidad de contar con la información financiera para adquirir, invertir y administrar capital de Emery, D., Finnerty, J. y Stowe (2000) y con realizar un correcto análisis financiero de razones (Weston y Brigham, 2000, García, J., 1996).

Como consecuencia de la investigación, el avance del estado del arte, se construyó con los siguientes puntos: 1) La variable dependiente finanzas, como arte de proveerse de dinero y administrarlo favorablemente para conseguir los objetivos establecidos, se fundamenta con la asignación, adquisición, inversión y la administración de los recursos; 2) La variable independiente calidad, explica el comportamiento de las finanzas en función de los procesos que se le optimizan por el orden y la sistematización de mejora de las actividades orientadas al logro del objetivo de la empresa, que es acercarse recursos en forma óptima y administrarlos en forma adecuada. La industria del vestido del Municipio de Puebla que sobresale por la generación de empresas micros y pequeñas, y que necesitan fuentes de financiamiento y administrarlos correctamente; lo lograrán si mejoran sus procesos con calidad, generando expectativas para ser más creativas y exportar en forma directa o indirecta.

CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados logrados, fue posible obtener el objetivo de la investigación y aportar evidencia a favor de la hipótesis general (H1) al obtener una correlación positiva alta a partir del modelo de las variables calidad y finanzas. Respecto a las hipótesis de trabajo H2, H3 y H4, sus correlaciones fueron directas y positivas. Se comprobó que la hipótesis (H2) manifestó una asociación positiva baja; la hipótesis H3 fue la de más alta asociación; y la hipótesis (H4) con asociación moderada. Por lo que se refiere al objetivo de investigación, se logró aportar evidencia a favor sobre la relación entre la calidad y las finanzas en las micro, pequeñas, y medianas empresas de la industria del vestido en el Municipio de Puebla, México. Acorde al proceso metodológico que se proyectó, los resultados se obtuvieron por medio de los métodos de los análisis de correlación, determinación y regresión lineal, que se aplicaron para encontrar la relación y causalidad entre las variables calidad y finanzas; por lo que se demostró evidencia a favor de las hipótesis planteadas.

En cuanto a los resultados primarios alcanzados, comparando la revisión de la literatura y los resultados obtenidos, se ratifican las siguientes afirmaciones: a) a mejor calificación la calidad de la empresa; incidirá y tendrá mejor calificación en las finanzas de las empresas de prendas de vestir de la industria del vestido ubicadas en el Municipio de Puebla; b) a mejor calificación en la organización enfocada al cliente, el liderazgo, participación de todo el personal y las relaciones mutuamente benéficas con el proveedor de

la empresa; incidirá y tendrá mejor calificación en la gestión financiera de las empresas de prendas de vestir de la industria del vestido ubicadas en el Municipio de Puebla, aunque con las reservas de que resultó con muy baja causalidad; c) a mejor calificación en el enfoque a procesos y del sistema hacia la gestión, la mejora continua, las normas de calidad y control de la calidad de la empresa; incidirá y tendrá mejor calificación en la planificación y control financiero de las empresas de prendas de vestir ubicadas en el Municipio de Puebla; d) a mejor calificación en el enfoque objetivo hacia la toma de decisiones de la empresa; incidirá y tendrá mejor calificación en la información y análisis financiero de las empresas de prendas de vestir ubicadas en el Municipio de Puebla. Con la revisión de la literatura y la investigación con el enfoque cuantitativo, se reconoce que con una buena calidad se puede lograr mejores finanzas. Finalmente, como nuevas líneas de investigación, se propone el estudio y la aplicación de la relación entre las variables calidad y finanzas a otras empresas de distintos sectores de transformación, comerciales y de servicios, en otros municipios y estados en México y en el extranjero.

REFERENCIAS

- Arévalo, J. (2014). *Exceso de confianza y optimismo en las decisiones de presupuesto de capital: las finanzas corporativas desde un enfoque centrado en el comportamiento*. Recuperado el noviembre 2, 2017, de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=100034132&lang=es&site=ehost-live>
- Brealey, R. y Myers, S. (2003). *Principios de Finanzas Corporativas. Séptima edición*. USA: Mc Graw Hill.
- Carmona, M., Suárez, E., Calvo, A. y Perriñez, R. (2016). *Sistemas de gestión de la calidad: un estudio en empresas del sur de España y norte de Marruecos*. Recuperado el noviembre 2, 2017, de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=114851407&lang=es&site=ehost-live>
- Comité nacional de productividad e innovación tecnológica, A.C. [COMPITE, A.C.] (2003). *Introducción a los sistemas de gestión de la calidad ISO 9001:2000*.
- Carstensen, L. (2012). La maquila clandestina: El trabajo a domicilio informal en la industria textil y del vestido en Puebla. *Bajo el Volcán*, 3(15), 193-221.
- Díaz, M. y Vega, W. (2015). *Metodología para el Sistema de Costos de Calidad en Redes Eléctricas utilizando las Técnicas del Costeo ABC*. Recuperado el noviembre 2, 2017, de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=117971356&lang=es&site=ehost-live>
- Emery, D., Finnerty, J. y Stowe (2000). *Fundamentos de Administración Financiera. Décima edición*. México: Prentice Hall.
- El Economista. (17 de julio de 2017). *Empresas*. Recuperado el 10 de septiembre de 2017, de <http://eleconomista.com.mx/estados/2017/07/12/textileras-poblanas-sin-ventas-exterior>.
- Faus, J. (2014). *Finanzas operativas*. Recuperado el noviembre 2, 2017, de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=110462223&lang=es&site=ehost-live>
- Huerta, M., Sandoval, S., Preciado, M., Rodríguez, J. (2017). *Empresas cárnicas en el noroeste de México: análisis exploratorio en la medición de los sistemas de calidad y desempeño empresarial*. Recuperado al Recuperado el noviembre 2, 2017, de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=124123671&lang=es&site=ehost-live>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación. Cuarta edición*.

México: Mc Graw Hill.

INEGI (2011). *Estadísticas a propósito de la industria del vestido*. Recuperado el 09 de septiembre de 2017, de http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/estudios/economico/a_proposi_de/Vestido.pdf

Ishikawa, K. (1991). *¿Qué es el control de calidad?: La modalidad japonesa. Quinta edición*. Colombia: Norma.

Juran, J. (1990). *Juran y la planificación para la calidad. Primera edición*. Madrid: Díaz de Santos.

Kumar, Y. (2006). *Fundamental of search methodology and statics. Séptima edición*. New Delh: New Age International.

Morales, C.A. y Morales, C.J. (2002). *Respuestas rápidas para los financieros*. Primera edición. México: Prentice Hall.

Münch, G. y Garcia, M. (2006). *Fundamentos de Administración. Segunda edición*. México: Trillas Montaudon T. C. (2003). *Historia de la calidad mundial y de los hombres que la hicieron posible*. Tesis de maestría, Universidad Iberoamericana, México.

Padilla, R., Cordero, M., Hernández, R. y Romero, I. (2008). *Evolución reciente y retos de la industria manufacturera de exportación en Centroamérica, México y República Dominicana: Una perspectiva regional y sectorial* (serie de estudios y perspectivas N° 95). México, D.F.: Naciones Unidas, CEPAL. Obtenida el 13 de agosto de 2013, de http://www.cepal.org/publicaciones/ml/2/32382/serie_95pdf.

Porter, M. (1997). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Primera Edición*. México: CECSA.

Perdomo, A. (1991). *Elementos Básicos de Administración Financiera. Segunda edición*. México: ECASA.

Portus, L. (1985). *Introducción a la estadística. Segunda edición*. Colombia: Mc Graw Hill.

Saturno, P., Martínez, I., Poblano, O., Vértiz, J., Suarez, E., Magaña, M., Kagua, S.(2017). *Implementación de indicadores de calidad de la atención en hospitales públicos de tercer nivel en México*. Recuperado el noviembre 2, 2017, de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=lth&AN=123413153&lang=es&site=ehost-live>

Tapies, J. (2011). Empresa familiar: un enfoque multidisciplinar. *Universia Business Review*, (32), 12-25.

Ross, S., Westerfield, R., Jaffe, J. (2005). *Finanzas corporativas. Séptima edición*. Estados Unidos: Mc Graw Hill.

Vargas, G. y Díaz, M. (2016). *Las crisis financieras y la evolución del paradigma en la práctica de las finanzas*. Recuperado el noviembre 4, 2017, de <http://search.ebscohost.com/login.spx?direct=true&db=fua&AN=120702602&lang=es&site=ehost-live>

Weston, J. y Brigham, E. (2000). *Finanzas en Administración. Décima edición*. USA: Nueva Editorial Interamericana, S.A. de C.V.

BIOGRAFÍA

Mario Antonio Burguete García es Doctor en Ciencias Administrativas por el Instituto Politécnico Nacional (IPN). Actualmente es profesor investigador en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, adscrito a la Facultad de Administración. Se puede contactar en Ciudad Universitaria, Edificio ADM1; Avenida San Claudio y 22 Sur sin número, Colonia Jardines de San Manuel, Puebla, Puebla.

Ramón Sebastián Acle Mena es Doctor en Administración Gerencial por el Instituto de Estudios Universitarios A.C. Es profesor investigador de tiempo completo en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, adscrito a la Facultad de Administración. Se puede contactar en Ciudad Universitaria, Edificio ADM1; Avenida San Claudio y 22 Sur sin número, Colonia Jardines de San Manuel, Puebla, Puebla. C.P. 72570.

Enrique Darío Romero y Cejudo es Doctor en Administración Gerencial por el Instituto de Estudios Universitarios A.C. Es profesor investigador en el Instituto de Estudios Universitarios A.C. Campus Puebla, adscrito al área de Posgrados. Se puede contactar avenida 4 poniente 1919, Colonia Amor, Puebla, Puebla. C.P. 72000.

Pablo Daniel Palacios Duarte es Doctor en Economía de la empresa. Es profesor investigador de tiempo completo en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, adscrito a la Facultad de Administración. Se puede contactar en Ciudad Universitaria, Edificio ADM1; Avenida San Claudio y 22 Sur sin número, Colonia Jardines de San Manuel, Puebla, Puebla. C.P. 72570.

BABY BOOMERS UNA GENERACIÓN PUENTE

Juana María Saucedo Soto, Universidad Autónoma de Coahuila

Alicia Hernández Bonilla, Universidad Autónoma de Coahuila

Alicia de la Peña de León, Universidad Autónoma de Coahuila

Bernardo Amezcua Núñez, Universidad Autónoma de Coahuila

Guiselle Paola López González, Universidad Autónoma de Coahuila (Alumna)

RESUMEN

La generación Baby Boomer comprende a personas nacidas entre 1946 y 1964, ostentan el mayor número de nacimientos, atestiguan y viven radicales cambios políticos, sociales y musicales que los marcan. Una generación según Mcrindle (2010) es un grupo de personas nacidas en la misma época, desarrolladas en un mismo tiempo, semejantes en edad, condiciones, preferencias, valores, motivaciones, formas de trabajo, eventos y experiencias. Son puente entre ideas rígidas /conservadoras contra un espíritu joven debido al amplio rango de edad que abarca su generación. El objetivo de este trabajo de investigación es identificar características y hábitos de la generación Baby boomer. La población sujeto de estudio es de 89,456 personas con una muestra de 175. Los resultados arrojan: las mujeres son las que más cuidan de su salud, se preocupan por el bienestar financiero de su familia y les interesa brindar apoyo a su comunidad. Los Jonesers quienes son la categoría más joven de los Baby Boomers se encuentran preocupados por sus finanzas y conservar un buen nivel de vida.

PALABRAS CLAVE: Baby Boomers, Generación, Hábitos/Costumbres

BABY BOOMERS: A BRIGDE GENERATION

ABSTRACT

The Baby Boomer generation include people born between 1946 and 1964. Baby boomers were witnesses to radical social, musical and political changes. Baby Boomers were the bridge between rigid or conservative ideas and a young spirit. This is due to the wide range of ages the generation has. The objective of this research is to identify characteristics and habits from the Baby Boomer generation. The subject of study is 89,456 people with a sample of 175. Results show that women are care more for their health, they care about the wealth of their families and are interested in giving support to their community. Jonesers, who are the youngest category of Baby Boomers, are worried about their finances and about preserving a good standard of living.

JEL: M3

KEYWORD: Baby Boomers, Generation, Habits/Customs

INTRODUCCIÓN

Es innegable que a nivel mundial se está suscitando un cambio demográfico notable, el envejecimiento de los países es muy característico y conlleva a cambios en el comportamiento de compra de los consumidores, de acuerdo a sus peculiaridades y periodo en que nacieron será la generación a la que pertenecerán, en esta investigación en particular se está trabajando con los Baby Boomers de la Ciudad de

Saltillo Coahuila México, son personas nacidas entre 1946 y 1964 de acuerdo a la American Demographics (2000) en su publicación “Generational Divide” a través de Stein Weliner. Se caracteriza esta generación por los altos índices de natalidad; hubo cambios y una serie de acontecimientos a nivel mundial que marcaron sus vidas; se presenta una revolución en los medios de comunicación por los avances tecnológicos, la liberación femenina, tanto hombres como mujeres salen a trabajar, el ingreso económico es doble, se reduce notablemente el número de hijos, se reparten labores del hogar, en pocas palabras con esta generación se produjo un boom, una gran revolución juvenil que hasta nuestros días ha tenido repercusión. La generación del baby boom ha tenido un mayor nivel de supervivencia, salud, condiciones de vida y logros a nivel educativo, sus expectativas de vida las dividen de una forma donde hacen distinción o comparación entre “el buen envejecer” como: capacidad para organizar sus propias acciones, son activos en la gestión de la salud, cuidadosos con el dinero que gastan, toman decisiones de forma independiente y participan activamente de la vida social otorgando especial importancia a mantener la autonomía y “el mal envejecer” relacionado con la pasividad (Ramos & Mercé 2016). “Dada su próxima jubilación, rechazan el aislamiento social y muestran un deseo de querer estar “en acción” (Ramos & Mercé 2016).

Este trabajo de investigación está integrado por varios apartados, en el primero se hace la revisión literaria en la que se aborda características distintivas y perfil de los Baby boomers, conceptos planteados por diferentes autores sobre lo que es una generación, las categorías en las que se divide esta generación de acuerdo a los estudiosos debido al amplio rango de edad que abarca ya que va de 1946 a 1964 (18 años); algunos resultados de estudios realizados por Unilever y por Nielsen; también se tratan aspectos sobre el consumo, comportamiento y hábitos de compra y personales y resultados obtenidos por una Universidad de Colombia sobre estos aspectos. Se plantea el objetivo de investigación, las hipótesis y la metodología empleada. Se presentan los resultados obtenidos y las conclusiones del trabajo.

REVISIÓN LITERARIA

La pirámide demográfica a nivel mundial ha cambiado drásticamente su distribución debido al envejecimiento de la población de acuerdo a lo reportado por La Comisión Europea (2011); una generación significativa que en gran medida ha contribuido a este cambio es la de los Baby Boomers; en ella se reporta el mayor número de nacimientos de todos los tiempos, comprende a las personas nacidas entre 1946 y 1964 (Bonvalet, Clément & Ogg, 2014); se le conoce también como: “Generación del auge de la natalidad” o “Generación de la postguerra” Grace (2001) y se calcula que ascienden a 70 millones de personas. Se considera básico conocer a esta generación para el estudio de las futuras subjetividades sobre el envejecimiento (Ramos & Mercé, 2016). Para hacer una clasificación generacional se basan en el periodo de nacimiento de un grupo de personas las cuales están marcadas por haber vivido acontecimientos similares y toman en consideración aspectos como: guerras, revoluciones, enfermedades y detonantes particulares de una sociedad. Cada generación cuenta con variables socioeconómicas y geográficas específicas. Todas las generaciones son diferentes (Rivera, 2009).

Neil Howe y William Strauss son dos autores quienes en 1991 se enfocaron en estudiar el tema de las generaciones y refieren: “una generación está formada por personas cuya ubicación común en la historia les proporciona una imagen colectiva. El alcance de una generación es aproximadamente el período de una fase de vida”. De acuerdo con Mcrindle y Wolfinger (2010) es un grupo de personas nacidas en la misma época, desarrolladas en un mismo tiempo, semejantes en edad, condiciones, preferencias, valores, motivaciones, formas de trabajo, eventos y experiencias similares. Kotler y Amstrong (2011) la conceptualizan como un grupo de personas cuya edad es semejante y vivieron una misma época, ello hace que sus características de personalidad sean muy similares, que compartan valores, creencias y rasgos conductuales. Los Baby Boomers se caracterizan por aparecer en el momento en que se dieron infinidad de cambios políticos, sociales, musicales y de haberlos defendido a cabalidad, se da el movimiento feminista, la independencia y preparación de la mujer y su inserción al mercado laboral, toman decisiones de compra, la ruptura con la moral religiosa, la autodeterminación, el consumismo, la

autoexpresión, el desarrollo personal y profesional a través de la preparación, hay cambios en los modelos de estructura familiar (se reduce el gran número de hijos), el divorcio no está mal visto (Fingerman et al., 2012); forman parte de la ruptura de paradigmas, representan la base de un envejecimiento sin sobresaltos ni preocupaciones por prever su jubilación de la cual recibirán un sueldo vitalicio seguro. (Guberman, Lavoie, & Olazabal, 2011; Olazabal, 2009).

Los Baby Boomer años atrás se encontraban en un rango de edad en donde eran catalogados ancianos y ahora esta apreciación ha cambiado; se caracterizan por estar conscientes de que van a envejecer dignamente debiendo cuidar de su salud, de su economía, son optimistas, se ejercitan, tienen gran deseo por vivir, son capaces de tomar decisiones propias de forma independiente y de llevar una vida social activa (Blein et al., 2009). Desean desprenderse de su estilo tradicional de vida, están en un proceso de jubilación cercano, su deseo por la participación social se acrecienta, se preocupan por tener una mejor calidad de vida al envejecer (Raymond y Greiner, 2013) al jubilarse quieren sentirse libres (Guberman et al., 2012). En términos generales les agrada estar bien y sentirse mejor, toman conciencia de lo que esto representa para su bienestar personal, familiar y social, es esencial procurarse y preocuparse para vivir en las mejores condiciones posibles, no cuidarse representa vivir al margen, es decir, estar y no estar (Raymond y Grenier, 2013). Hay un término denominado envejecimiento activo y La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2002), lo conceptualiza así: “proceso de optimización de oportunidades de salud, participación y seguridad con el fin de mejorar la calidad de vida a medida que las personas envejecen”; cuando se presenta esta etapa tienden en mayor medida a entrar a círculos de participación social de diferente género (Van Groenou, & Deeg, 2010), resulta difícil afirmar cuál es la razón (es) precisas que los llevan a hacerlo (Levasseur et al., 2010). Por naturaleza todo ser humano tiene la necesidad de sentirse incluido, afiliado a grupos para crecer socialmente (Bonvalet, C., Clément, C., & Ogg, J., 2014) y entre más grandes con mayor razón, ya que disponen de tiempo y ganas de contribuir al bien común (Villar, López y Celdrán, 2013). Lo que es un hecho, es que a medida que adquieren mayor edad son más autónomos y ellos mismos deciden cómo participar y con quién (Serrano, 2013).

Se les considera una generación puente por estar insertada entre la generación que les antecede en que todo era rígido y pegado a la moralidad (Leach, 2013) y a la posterior en la que a pesar de su edad se consideran aún jóvenes “forever young” y dan un valor desenfadado a algunas reglas heredadas y consideradas rigurosas como: obligaciones familiares, formalismos, protocolos personales/sociales, tradiciones, aspectos culturales, etc. Estudiosos y expertos a nivel mundial revelan que dentro de la generación de los Baby Boomers hay dos categorías, esto debido al largo tiempo que comprenden sus edades; al primero denominado Leading-Edge que va de 1946 a 1955 y los segundos Jonesers de 1956 a 1964 (Green, 2003) en la que no todos viven y comparten la misma etapa de vida, es decir, lo que están viviendo los segundos ahorita, ya lo pasaron los Leading- Edge (Angulo, 2016) Los Leading-Edge ya están a punto de jubilarse, no tienen padres, sus hijos están fuera de casa, planean su vida junto a su pareja deseando viajar, compartir, descubrir nuevos lugares, hacer todo lo que no pudieron por trabajar y sobre todo descansar de la larga vida laboral a la que dedicaron muchos años. (Angulo 2016)

Por su parte los Jonesers están en plenitud profesional y se esmeran en prepararse cada día más, tienen hijos relativamente grandes (universitarios) que viven en casa y de los cuales hay que encargarse económicamente, están al tanto de su bienestar, vacacionan en familia, tienen papás en edad muy avanzada, manejan e incluso dominan la tecnología, es decir, la misma situación laboral y del entorno les exige estar muy activos todavía (Angulo, 2016) Hay una serie de estudios que hace referencia propia de esta generación Unilever (2007) y Nielsen (2015), los resultados arrojan la siguiente información: “Unilever lanzó una convención anual llamada “Boomers shoppers today and tomorrow: Following the Money.” Algunas conclusiones con respecto a los rasgos distintivos son: Invierten más dinero, les agrada la calidad y no importa el tiempo que tarden al hacer sus compras; se guían por recomendaciones, desean ser bien atendidos y que haya ofertas atractivas y comprar se traduce en diversión, en invertir tiempo en lo que les atrae y desean sentir que hicieron compras inteligentes, es decir, excelente precio en relación al producto adquirido.

Por su parte Global Nielsen llevó a cabo un estudio sobre los Estilos de Vida Generacionales (The Nielsen Global Generational Lifestyles Survey) para ello encuesta a 30,000 participantes on-line de 60 países con la finalidad de entender el comportamiento del consumidor dependiendo la generación a la que pertenece, en cuanto a la forma en que viven, trabajan, comen, ahorran y se divierten los Baby Boomers (Nielsen, 2015). Encontraron que 29% de ellos comen fuera de casa al menos una vez a la semana ya que no sienten una necesidad u obligación; llevan un estilo de vida saludable es muy importante para ellos, en su vocabulario se encuentran atributos como bajo en sodio” o “bajo en azúcar” el 67% están dispuestos a pagar por alimentos con estas características, sin embargo, en las generaciones más jóvenes existen otros que actualmente se manejan como: “orgánico”, “libre de gluten” y “alto en proteína”, que para ellos resultan indiferentes debido precisamente a su edad; 74% se encuentra satisfecho con su ocupación laboral, 65% tiene buena relación con sus colegas, 65 % considera que su lugar de trabajo es agradable y 62 % se siente cómodo en su trabajo y vida cotidiana; por otro lado existe insatisfacción del 47% respecto a sus ingresos, del 44% en cuanto beneficios médicos, 35% de su plan de retiro (pensión) y 29% en prestaciones de plan de ahorro. Nielsen afirma que 4 de cada 10 personas ahorran para el retiro, pero no tienen confianza en sus futuros financieros; la profesión preferida a la que se dedicarían sería a la educación, con relación a las deudas 57% desea ser más cuidadoso al gastar, un 34% no compran debido a que están endeudados y 12% prefiere no tener lo que desea a costa de endeudarse. Los Baby Boomers se informan a través de fuentes tradicionales como TV, medios impresos y radio; a un 60% le interesa hacer ejercicio y estar saludable; 44% dedica tiempo a su familia; sólo al 21% le interesa seguir ganando dinero (Nielsen, 2015)

Cada generación de acuerdo a estas características presenta diferencias en el comportamiento de compra (Parment, 2013). El consumo no es sólo comprar y satisfacer necesidades; representa un medio de socialización una forma de distinguirse de los integrantes de un grupo dentro de la sociedad, es una manera de construir un estilo de vida determinado, representa un signo de poder/status y es reflejo basado en nuestro sistema cultural (Parment, 2013) Se considera que el consumo es un acto individual, aunque Mascó (2012) no esté de acuerdo con esta postura. Santesmases (2004) refiere que el consumo es “el conjunto de actividades emprendidas por una persona, grupo u organización, desde que siente una necesidad hasta que utiliza el producto”. Herrero (2007) refiere que “las costumbres de consumo son actos constantes en el momento de compra de un producto causados por tendencias instintivas, usos y/o compras que por su nivel de repetición tienden a convertirse en hábitos”

“El perfil de los mayores como consumidores y usuarios, está cambiando muy rápido. Su influencia y potencial social, político y económico no va a parar de crecer en muchos años a pesar de que siga siendo realidad la presencia de muchos mayores que se adecuan a estereotipos dominantes” (Moragas, 1991) Salesforce realizó un estudio para identificar cuáles son las preferencias de los consumidores a la hora de investigar, comprar y comunicarse con marcas de consumo en el cual encontró que 63% de los Baby Boomers se decide más por comprar el producto en una tienda física sólo si el precio es el mismo que en online, 26% pertenece a algún programa de lealtad de marca, el 33% hablan bien o se quejan de alguna marca o producto en público y 22% comparte información personal con una marca a cambio de recibir servicios y descuentos personalizados. (Salesforce, 2016) En el 2013 se realizó un Focus Group por la Universidad Autónoma de Occidente en Colombia donde buscaban identificar cuáles son los movimientos en el mercado de los Baby Boomers y los resultados más significativos indican que recuerdan más un anuncio sonoro que uno visual, ven innecesario hacer un gasto en tecnología, prefieren viajar e invertir en su salud, a pesar de no ser contemporáneos del internet y redes sociales han tratado de adaptarse a ellas. Esta generación en especial se adaptó a circunstancias turbulentas a nivel mundial que los llevaron a vivir momentos determinantes y que impusieron prácticas que hoy en día se preservan.

METODOLOGÍA

Esta investigación es de carácter descriptivo y exploratorio, con medición transversal y no experimental. La población sujeto de estudio es de 89,456 de acuerdo con los datos del Anuario Estadístico de Coahuila INEGI. Utilizando la fórmula estadística relacionada con las poblaciones finitas, se calculó la muestra; aplicando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 7.4%, obteniéndose un tamaño de muestra de 175 personas. Se diseñó un cuestionario con 33 ítems, conformado de preguntas categóricas y escala de Likert.

Se validó el instrumento obteniendo un Alfa de Cronbach de .937 lo cual indica que es válido y fiable de acuerdo al criterio general de George y Mallery 2013; se aplicó en el año 2016 a personas de un rango de edad que va de los 51 a los 69 años El análisis de información se hizo mediante el paquete estadístico SPSS versión 21. Las Hipótesis planteadas para esta investigación son: las variables género y edad afectan los constructos de conexión, estabilidad, sofisticación y verificación.

RESULTADOS

El perfil de las personas que integran la muestra de esta investigación tienen las siguientes características: en cuanto a edad el 43.4% están en el rango de 51 a 56 años, el 33.1% tienen entre 57 y 63 y el 23.4% están en el rango de edad de 64 a 69. Del total de la muestra el 48% son hombres y el resto mujeres. El 72% está casado y el 9.7% divorciado. En cuanto a la ocupación el 36.6% se dedica al hogar, 32.6% son empleados y el 25.7% profesionistas independientes. Respecto al nivel de estudios un 26.9% tiene licenciatura o similar, 21.7% secundaria, 21.1% preparatoria y un 11.4% posgrado. En los cuatro constructos analizados se aplicó la Prueba de Mann-Whitney utilizando como variable independiente el género. Los resultados obtenidos son los siguientes:

El Constructo 1: Conectado, se refiere a aquellas personas de mente abierta que gustan de disfrutar su trabajo, a su familia y amigos, cuidar de su salud, interactuar y ayudar a los demás y gozar de una economía estable que les permita vivir la vida y disfrutar a plenitud de lo que les rodea. En este constructo se encontró que las 3 variables que tienen un nivel de significancia < a 0.05 fueron: cuido mi salud, mi lado espiritual y no tener problemas financieros; me interesa apoyar a mi comunidad y estoy aquí para aprender del mundo y de las personas a mi alrededor. (Tabla 1).

Tabla 1: Prueba de Mann-Whitney. Constructo Conexión

	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. Asintótica (Bilateral)
Me gusta trabajar en lo que quiero, pero también me gusta convivir	3,346.500	6,916.500	-1.618	0.106
Cuido mi salud, mi lado espiritual y no tener problemas financieros	3,040.500	6,610.500	-2.446	0.014
Quiero sentirme satisfecho con lo que soy y con lo que puedo contribuir	3,244.000	6,814.000	-1.849	0.064
La vida es muy corta para ver el vaso medio vacío	3,453.000	7,023.000	-1.177	0.239
Me interesa apoyar a mi comunidad	3,085.000	6,655.000	-2.292	0.022
Trato de ser lo más abierto posible "open-minded"	3,384.500	6,954.500	-1.369	0.173
Estoy aquí para aprender del mundo y de las personas a mi alrededor	3,177.000	6,747.000	-2.015	0.044

*Esta tabla muestra la Prueba U de Mann-Whitney, utilizando como variable de agrupación el género. En esta tabla se identifica que de los 7 ítems que integran el constructo de conexión, 3 de ellos tienen una significancia < 0.05 los cuales son: cuido mi salud, mi lado espiritual y no tener problemas financieros; me interesa apoyar a mi comunidad y estoy aquí para aprender del mundo y de las personas a mi alrededor, lo que indica que si hay diferencia significativa entre hombres y mujeres a un *p< 0.05. Las mujeres son más receptivas en estos 3 ítems.*

Las mujeres son más receptivas en este sentido, como menciona Fingerma (2012), en esta generación se da el movimiento feminista, la mujer es más independiente, se prepara e incursiona en el mercado laboral, hay cambios en la estructura familiar. También les gusta apoyar a su comunidad, en su tiempo libre y les agrada contribuir al bien común (Villar, 2013). Lo que es un hecho, es que a medida que adquieren mayor edad son más autónomos y ellos mismos deciden cómo participar y con quién (Serrano, 2013).

Constructo 2: Estable. Este tipo de personas son extremadamente responsables y precavidas, les interesa y preocupa la estabilidad familiar ya que en su proyecto de vida siempre están presentes y velan por que estén bien económicamente y en armonía, consideran que son la base en que gira su vida. Referente a este constructo las variables identificadas como estadísticamente significativas fueron: cuidado de mi familia y mis finanzas y establecer un fondo de retiro seguro y proveer a mi familia, como se observa en la Tabla 2. En especial las mujeres. Estas personas forman parte de la ruptura de paradigmas, representan la base de un envejecimiento sin sobresaltos ni preocupaciones por prever su jubilación de la cual recibirán un sueldo vitalicio seguro. (Guberman, 2011; Olazabal, 2009).

Constructo 3: Sofisticado. Las personas que se encuentran dentro de esta clasificación se caracterizan por ser rebuscadas e incluso hasta extravagantes, tratan de estar por encima del promedio desde el punto de vista material hasta intelectual, les gusta poseer cosas fuera de lo común y demostrar a los demás que son poderosos. Las variables que presentaron una significancia < 0.05 fueron: tengo altos estándares desde los productos hasta la comida y me encanta aprender cosas nuevas. Las mujeres son las que tienen más altos estándares en cuanto a lo que compran, son compatibles con los resultados obtenidos por Unilever en la convención anual “Boomers shoppers today and tomorrow: Following the Money”, les gusta comprar calidad, se guían por recomendaciones y lo hacen de una manera inteligente.

Tabla 2: Prueba de Mann-Whitney. Constructo Estabilidad

	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. Asintótica (Bilateral)
Cuido de mi familia y mis finanzas	2,698.000	6,268.000	-3.625	0.000
Siempre termino mi trabajo	3,810.000	7,996.000	-0.039	0.969
Sin mi familia, salud, felicidad y espiritualismo, no estaría aquí	3,691.000	7,261.000	-0.469	0.639
Soy disciplinado en las finanzas	3,257.000	6,827.000	-1.783	0.075
Establecer un fondo de retiro seguro y proveer a mi familia	2,988.000	6,558.000	-2.639	0.008
Soy responsable	3,382.500	6,952.500	-1.449	0.147
Me gusta saber que contribuyo en la felicidad y buena vida de mi familia	3,533.500	7,103.500	-1.043	0.297

*Esta tabla muestra la Prueba de U de Mann-Whitney, utilizando como variable de agrupación el género. En esta tabla se identifica que de los 7 ítems que integran el constructo de estabilidad, 2 de ellos tienen una significancia < 0.05 los cuales son: cuidado de mi familia y mis finanzas y establecer un fondo de retiro seguro y proveer a mi familia son las que marcan una diferencia significativa entre hombres y mujeres a un * p < 0.05. En estos ítems son las mujeres las más preocupadas por estos aspectos.*

Constructo 4: Verificador. Se consideran personas que desean vivir la vida plenamente estando bien económica y físicamente para disfrutar de aquello que a lo largo de su vida se han esmerado en construir, una de las piedras angulares es mantenerse saludable y hacer buen uso de sus finanzas para seguir adelante con su proyecto de vida. Sólo la variable cuidado mi salud fue la estadísticamente significativa y las mujeres son las que sobresalen en cuidar este aspecto, en el estudio realizado por Nielsen llevar un estilo de vida saludable es muy importante, consumir productos “bajo en sodio” y “bajo en azúcar”, son parte de su vocabulario y uso cotidiano para conservar la salud. También se realizó la prueba estadística de Mann-

Whitney para identificar si la edad es relevante en los 4 constructos analizados. Tanto en el Constructo 1 (Conectado) y el 2 (Estable) se encontró, que no hay diferencia estadísticamente significativa entre las variables y los 2 rangos de edad.

En el Constructo 3: Sofisticado, las variables que resultaron significativas < 0.05 fueron: tengo altos estándares desde los productos hasta la comida y me encanta aprender cosas nuevas. La categoría de los Jonesers (51 a 60 años) son los más sofisticados debido a que profesionalmente aún siguen activos y se esmeran por prepararse cada día más, lo que probablemente haga que esta condición les exija pertenecer a un círculo social más elevado y mantener altos estándares en cuanto a cuestiones materiales, de acuerdo a lo citado por Angulo (2016).

En el Constructo 4, referente a Verificador se encontró que la variable he trabajado toda mi vida para mantener un buen balance en mis finanzas es estadísticamente significativa y es precisamente el mismo grupo del constructo anterior (Jonesers), ellos tienen preocupación por su estabilidad financiera más que por su salud debido a que reina una gran incertidumbre en el manejo de sus recursos.

Tabla 3: Prueba de Mann-Whitney. Constructo Verificador

	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. Asintótica (Bilateral)
Soy económicamente inteligente	2,932.000	4,885.000	-1.765	0.077
He trabajado toda mi vida para mantener un buen balance en mis finanzas	2,859.500	4,812.500	-1.990	0.047
Disfruto la vida al máximo	3,418.000	9,746.000	-0.178	0.859
La vida es una aventura y pienso continuar el crecimiento	3,336.500	5,289.500	-0.451	0.652
Cuido mi salud	3,471.500	5,424.500	-0.002	0.999
Es importante estar activo y hago ejercicio	2,888.000	4,841.000	-1.903	0.057
Solo cuidándome puedo seguir viviendo todo lo que la vida me ofrece	3,208.500	9,536.500	-0.920	0.358

*Esta tabla muestra la Prueba U de Mann-Whitney, utilizando como variable de agrupación la edad. En esta tabla se identifica que de los 7 ítems que integran el constructo verificador, sólo 1 de ellos tienen una significancia < 0.05: He trabajado toda mi vida para mantener un buen balance en mis finanzas, este ítem marca la diferencia entre los Jonesers y los Leading-Edge a un * p< 0.05. Siendo los Jonesers los más preocupados por sus finanzas.*

CONCLUSIONES

Se rechazan la hipótesis con respecto al género. Las mujeres son las que sobresalen en cuanto a interactuar con amigos, cuidar de su salud y no tener problemas financieros como menciona Fingerman (2012), recordemos que en esta generación se presenta el movimiento feminista, ingresan al mercado laboral y disminuye la tasa de natalidad, las mujeres cuidan más sus finanzas y buscan tener un fondo de retiro. Estas personas forman parte de la ruptura de paradigmas, representan la base de un envejecimiento sin sobresaltos ni preocupaciones por prever su jubilación de la cual recibirán un sueldo vitalicio seguro. (Guberman, 2011; Olazabal, 2009), tienen más altos estándares en cuanto a lo que consumen y cuidar de su salud es muy importante. Con respecto a la variable edad solo en 2 constructos se rechaza la hipótesis (sofisticación y verificador). Los Jonesers son los más sofisticados debido a que profesionalmente aún siguen activos y se esmeran por prepararse cada día más, lo que probablemente haga que esta condición les exija pertenecer a un círculo social más elevado y mantener altos estándares en cuanto a cuestiones materiales, de acuerdo a

lo citado por Angulo (2016), también hay preocupación por su estabilidad financiera más que por su salud debido a que reina una gran incertidumbre en el manejo de sus recursos.

Los baby bommers juegan un rol fundamental en la sociedad, en este momento muchos de ellos son líderes en sus empresas y son personas determinantes para establecer cambios positivos en las generaciones más jóvenes que vienen detrás de ellos. No cabe la menor duda que socialmente son más comprometidos, a medida que adquieren mayor edad son más autónomos y otra característica es que ellos deciden cómo participar y con quién (Serrano, 2013). Este es un segmento que impone tendencias en el comportamiento y consumo de otros segmentos ya que por tener una condición económica más desahogada gastan grandes cantidades de dinero no sólo en ellos, sino en sus hijos e incluso en sus nietos, entonces, ellos deciden en última instancia que obsequiarles y debido a esta tendencia son para las marcas un centro de atención. Una característica muy típica es que no se consideran que la tecnología les apasione, lo sienten como un gasto innecesario más, sin embargo, la usan. Son muy activos, les agrada en gran medida la convivencia social, debido a su condición de nido vacío ya que no tienen personas a su cargo y participan en grupos de integración, es vital la recreación y vivir la etapa por la que atraviesan. No les interesa ahorrar, sino disfrutar lo que han ganado en su vida, llegó la hora de gastar y descansar.

REFERENCIAS

- Angulo, D. (2016) Los subgrupos de los 'Baby Boomers' y sus hábitos. P&M Junio. Colombia
- Blein, L., Lavoie, J., Guberman, N., & Olazabal, I. (2009). Vieilliront-ils un jour? Les baby-boomers aidants face à leur vieillissement. *Lien Social et Politiques*, (62), 123-134.
- <http://dx.doi.org/10.7202/039319ar>Baudrillard, J. (2009) La sociedad de consumo. 2a. Edición Siglo XXI España
- Bonvalet, C., Clément, C., & Ogg, J. (2014). *Renewing the family: A history of the baby boomers*. New York: Springer.
- Comisión Europea (2011). *Decisión n° 940/2011/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de septiembre de 2011 sobre el Año Europeo del Envejecimiento Activo y de la Solidaridad*. Bruselas: Diario Oficial de la Unión Europea.
- Fingerman, K., Pillemer, K., Silverstein, M., & Suito, J. (2012). The baby boomers' intergenerational relationships. *The Gerontologist*, 52(2), 199-209.
- Guberman, N., Lavoie, J., & Olazabal, I. (2011). Baby boomers and the 'denaturalisation' of care-giving in Quebec. *Ageing and Society*, 31(07), 1141- 1158. <http://dx.doi.org/10.1017/S0144686X11000419>
- Guberman, N., Lavoie, J., Blein, L., & Olazabal, I. (2012). Baby boom caregivers: Care in the age of individualization. *The Gerontologist*, 52(2), 210- 218. <http://dx.doi.org/10.1093/geront/gnr140>
- Grace J., Craig, B. (2001) Desarrollo psicológico. 8 ed. Mexico: Pearson educación
- Green, B. (2003) Marketing to Leading – Edge Baby Boomers. New York. Paramount market publishing, INC.
- Herrero, J. (2007) Monólogo de un vendedor: 5 Temas de marketing integral técnico-empresarial. España: Ediciones Díaz Santos S.A.
- Kotler & Armstrong, 2011 Fundamentos de Marketing 11ava. Edición PEARSON, 224.

Van Groenou, M., & Deeg, D. (2010). Formal and informal social participation of the 'young-old' in The Netherlands in 1992 and 2002. *Ageing and Society*, 30(03), 445-465.
<http://dx.doi.org/10.1017/s0144686x09990638>

Villar, F., López, O., & Celdrán, M. (2013). La generatividad en la vejez y su relación con el bienestar: ¿quién más contribuye es quien más se beneficia? *Anales de Psicología*, 29(3), 897- 906.
<http://dx.doi.org/10.6018/analesps.29.3.145171>

BIOGRAFÍA

Juana María Saucedo Soto. Doctor en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Catalunya, Catedrático Investigador de Tiempo Completo adscrita a las cátedras Mercadotecnia Integral, Comercio al Detalle y Programa Emprendedor. Se puede contactar en la Facultad de Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Coahuila, Unidad Campo Redondo, Saltillo, Coahuila México.

Alicia Hernández Bonilla pasante de Doctor en Administración y Alta Dirección por la Universidad Autónoma de Coahuila, Catedrático Investigador de Tiempo Completo adscrita a las cátedras de Administración, Mercadotecnia Internacional, Estrategias de Negociación Internacional y Proyectos de Imp. y Exp. Se puede contactar en la Facultad de Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Coahuila, Unidad Campo Redondo, Saltillo, Coahuila México.

Alicia De la Peña es doctora en Ciencias Administrativas, con especialidad en comportamiento del consumidor y responsabilidad social corporativa por el EGADE Business School. Profesora investigadora de la Universidad Autónoma de Coahuila. Colabora con el Cuerpo Académico de Administración de la Mercadotecnia. Actualmente desempeña sus funciones en la Facultad de Mercadotecnia Unidad Saltillo.

Bernardo Amezcua es doctor en ciencias administrativas con especialidad en comportamiento del consumidor y la responsabilidad social corporativa por el EGADE Business School. El Dr. Amezcua es profesor investigador de la Universidad Autónoma de Coahuila, desempeñando sus funciones en la Facultad de Mercadotecnia Unidad Saltillo,

Guiselle Paola López González, alumna coautora, estudiante de séptimo semestre de la Licenciatura de Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Coahuila.

INFLUENCIA DE LA DIMENSIÓN AMBIENTAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LA INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS DE MÉXICO

Cecilia Martínez Villalobos, Universidad Autónoma de Aguascalientes

Roberto González Acolt, Universidad Autónoma de Aguascalientes

Manuel Díaz Flores, Universidad Autónoma de Aguascalientes

RESUMEN

En este documento se estudió el efecto de las variables de la dimensión ambiental de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) sobre la probabilidad de que las empresas manufactureras de México realicen acciones de innovación. Para analizar esta relación se estimó un modelo econométrico probit con datos de 15601 unidades económicas manufactureras del módulo de medio ambiente y de ciencia, tecnología e innovación de los Censos Económicos 2014. Los resultados principales nos arrojan que solo algunas variables tienen la influencia positiva y significativa sobre la innovación (normas ambientales, empleados dedicados a proteger el medio ambiente o los recursos naturales y algún tratamiento a las aguas residuales), sin embargo, existen otras variables relevantes, aunque con el signo esperado, que estadísticamente no tienen significancia como es el caso de las inversiones para reducir ciertos daños ambientales. Una explicación factible de este último resultado se deba a la limitación temporal del análisis que es de un solo año.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad Social Corporativa, Innovación, Industria Manufacturera

INFLUENCE OF THE ENVIRONMENTAL DIMENSION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON INNOVATION BY MANUFACTURING COMPANIES IN MEXICO

ABSTRACT

This paper studied the effect of the environmental dimension of Corporate Social Responsibility (CSR) on the probability that manufacturing companies in Mexico perform innovation actions. To analyze this relationship, a probit econometric model was estimated with data from 15,601 manufacturing economic units using the environmental and science, technology and innovation modules of the 2014 economic census. The main results show that only some variables have a positive and significant influence on innovation (environmental standards, employees dedicated to protecting environment or natural resources and some treatment to wastewater), nevertheless, there are other relevant variables, although with expected sign but with statistically no significance as in the case of investment to reduce certain environmental damages. A feasible explanation of this last result might be a time limitation of the analysis.

JEL: Q50, Q56

KEYWORDS: Corporate Social Responsibility, Innovation, Manufacturing Industry

INTRODUCCIÓN

La problemática actual de la contaminación ambiental generada por la industria manufacturera conlleva un mayor interés en profundizar en la relación del medio ambiente con este tipo de industria. En México, este sector destaca por su dinamismo e impacto en la economía, tan solo en 2013 originó el 48.2% de la producción bruta total, y además empleó al 23.5% del personal ocupado (INEGI, 2015). En contraste, en el periodo de 2003 a 2015 esta actividad económica presentó un crecimiento anual promedio en los costos por degradación del medio ambiente -estimaciones monetarias para restaurar el deterioro del ambiente ocasionado por las actividades económicas- del 12.68% (INEGI, 2013). Con el fin de controlar y reducir los niveles de contaminación que emiten las industrias, se han establecido un conjunto de medidas y acciones entre las que se identifican las políticas de comando y control (leyes y normas ambientales), los incentivos económicos (impuestos o subsidios verdes), los esquemas voluntarios (certificaciones ambientales o de industria limpia) y la inversión del gobierno (infraestructura ambiental) (Romo, Romero y Samaniego, 2005). Una corriente de autores argumenta que estas políticas tienden a detonar la innovación en las empresas, por ejemplo, Porter y van der Linde (1995), analizan la relación entre el medio ambiente y la competitividad, para ellos la innovación puede ser favorecida por las regulaciones ambientales diseñadas apropiadamente.

Dentro de este conjunto de medidas cada vez son más las empresas que se inclinan por los esquemas voluntarios, lo que implica que éstas emprendan acciones de mejora ambiental por su propia cuenta sin que se vean obligadas legalmente por los reguladores ambientales. En México, existen varias empresas que incorporan este tipo de esquemas voluntarios mediante las certificaciones ambientales como es el caso de la norma ISO 14001 y el certificado de Industria Limpia (este último otorgado por la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente en México a las empresas manufactureras y de transformación que son evaluadas por su excelente desempeño ambiental en el marco del Programa Nacional de Auditorías Ambientales). Además, estas actividades que buscan un medio ambiente limpio tienen cada vez más relevancia en el proceso de innovación de estas unidades productivas. López (2014), por ejemplo, con base en la Encuesta sobre Investigación y Desarrollo Tecnológico 2006, encontró que más de la mitad de las empresas encuestadas en México perciben que reducir los daños al medio ambiente durante los procesos de fabricación es un factor que explica el desarrollo de la innovación en las firmas; por otra parte, la mitad de las unidades económicas en esta encuesta consideran que en el fomento de la innovación empresarial un factor altamente significativo consiste en producir bienes o servicios que no afecten al medio ambiente; también, alrededor de la mitad de los empresarios encuestados opinó que disminuir el consumo de energía es un elemento altamente significativo para el impulso de la innovación en sus unidades productivas.

Debido a que tales medidas ambientales de las empresas tienden a tener un impacto social, suele considerárseles como acciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), la dimensión ambiental (que abarca todos los actos de mejora al medio ambiente en la organización empresarial) de la RSC tiene cada vez más importancia dentro de los diferentes enfoques de la RSC. El objetivo que aborda este trabajo consistió en analizar la influencia de los factores de la dimensión ambiental de la RSC sobre las actividades de innovación de las empresas manufactureras en México. El trabajo está estructurado de la forma siguiente: en el apartado que continua se realiza una revisión de la literatura que ubica la dimensión ambiental de la RSC y sus efectos en las diferentes medidas de desempeño de la empresa (económica, financiera, marketing), sin embargo, se enfatiza en los escasos trabajos que analizan este efecto en el desempeño de la innovación de la empresa. Luego se presenta la sección de metodología donde se describe el modelo teórico y econométrico y la operacionalización de las variables utilizadas en esta investigación, posteriormente, se tienen los resultados y el análisis de estos, finalmente, se señalan las conclusiones que se desprenden de este trabajo.

REVISIÓN LITERARIA

Sabogal (2008), propone como definición de la RSC el camino estratégico que permite a las empresas generar valor y obtener beneficios en el largo plazo, es voluntaria y comprende los elementos económicos, social y medio ambiental y está influenciada por los grupos de interés. Uno de los aspectos principales de la RSC se encuentra en la vertiente ambiental, Senior, Narváez, Fernández y Revilla (2007) mencionan que llevar a cabo la RSC implica consecuencias ambientales y sociales positivas, debido a que se minimizan los daños y disminuyen los costos ambientales. Además, indican que las empresas que implementan medidas de protección ambiental son más competitivas a mediano y largo plazo, estimulan la innovación y mejoran los productos y procesos incorporando tecnologías limpias. Una de las ventajas de adoptar esquemas ambientales en la empresa es tener una imagen positiva frente a los consumidores, inversionistas y gobiernos, así como atraer y retener empleados socialmente responsables.

Entre el conjunto de variables que se emplean para identificar y evaluar la vertiente ambiental de la RSC se encuentran: los programas para disminuir la contaminación, la reducción del consumo de agua, descenso de emisiones contaminantes, las prácticas ecológicas, involucrarse en la restauración ambiental de manera voluntaria, los sistemas de gestión ambiental, entre otras. Un factor clave de este aspecto ambiental de la RSC es potenciar el ahorro asociado con medidas de optimización de energía, materiales y reducción de desechos (Jo, Kim y Park, 2015). Diversos estudios abordan la relación entre el medio ambiente y la innovación. Como ya se anotó, uno de los principales aportes en este sentido es el trabajo de Porter y van der Linde (1995), cuya tesis central se conoce como la hipótesis de Porter, la cual establece que las políticas ambientales bien diseñadas pueden incentivar la innovación la que a su vez se refleja en una mejor competitividad de las empresas. Ambec, Cohen, Stewart y Lanoie (2013), analizan esta hipótesis y agregan que el impacto de la regulación ambiental en la innovación depende del tipo de política ambiental implementada. Sugieren que además de la regulación, otros instrumentos de control de la contaminación como los económicos o los voluntarios pueden incidir en la innovación. Ramanathan, Black, Nath, y Muyldermans (2010), utilizan los fundamentos de la hipótesis de Porter y analizan el vínculo entre la regulación ambiental, la innovación y el desempeño económico de las empresas manufactureras del Reino Unido, sus resultados confirman que la regulación ambiental tiene un impacto positivo y significativo en el desempeño económico, lo cual va de acuerdo con la literatura, sin embargo, también encuentran que la regulación ambiental afecta de manera negativa la innovación.

En otro estudio se halla que existe una relación positiva entre los aspectos ambientales y la innovación ambiental en las empresas, además se descubre que esta conexión influye de manera positiva en el desempeño económico de las empresas (Rennings, Ziegler, Ankele y Hoffmann, 2006). Wagner (2007), analiza si los sistemas de gestión ambiental y las actividades para reducir los impactos ambientales negativos influyen en la probabilidad de que las empresas implementen innovaciones ambientales, él encuentra que efectivamente estas actividades están asociadas con innovaciones en procesos, no así en las innovaciones en productos, En un estudio similar, Brunnermeier y Cohen (2003) muestran que los gastos efectuados para disminuir la contaminación ejercen un efecto positivo en la innovación ambiental. Por su parte, los hallazgos de Horbach (2008) indican que tanto la regulación ambiental, las herramientas de gestión ambiental, así como los cambios organizacionales son relevantes para la innovación ambiental.

Con una muestra de 103 empresas en México, Aigner y Lloret (2013) analizaron las practicas sustentables ambientales de éstas, dentro de los factores relevantes que dichas compañías consideran que orienta esta práctica se encuentran las innovaciones en productos, servicios y mercadotecnia y la innovación de procesos, este aspecto nos da una idea del grado de vinculación entre la dimensión ambiental y la innovación en las empresas mexicanas. Por otra parte, Dasgupta, Hettige y Wheeler (1998), con información de 236 establecimientos en México del sector alimentario, químico, de minerales no metálicos y metales, estudiaron el efecto de las regulaciones de carácter ambiental, las políticas de gestión ambiental a nivel de planta y las características de las empresas sobre el desempeño ambiental de las mismas, una de las

conclusiones relevantes de su estudio es que no hallan evidencia estadística de que las plantas con nueva tecnología tengan un mejor desenvolvimiento ambiental. Otro análisis similar para el caso de México es el de Barajas, Rodríguez y García (2006), quienes emplearon una encuesta a 297 maquiladores en la zona fronteriza (Tijuana, Mexicali y Ciudad Juárez) con el fin de comprender el desempeño ambiental de este tipo de unidades productivas, con información de la encuesta construyen un índice de desempeño ambiental, sorpresivamente este indicador es independiente estadísticamente del nivel tecno-productivo de la planta maquiladora.

METODOLOGÍA

Los datos que se emplearon en este trabajo provinieron de los Censos Económicos 2014 (INEGI, 2015). En dichos Censos se utilizaron 17 cuestionarios y tres módulos con el propósito de obtener información específica sobre las unidades económicas en México. Para este estudio se combinó la información del cuestionario para la industria manufacturera, particularmente la temática de ciencia, tecnología e innovación, con el módulo de medio ambiente, lo que origina que de las 489,530 unidades económicas encuestadas del sector manufacturero solo consideramos 15,601, estas últimas fueron las empresas manufactureras que contestaron el módulo sobre aspectos ambientales. El modelo empírico (ecuación 1) que se utilizó siguió una guía parecida a otros trabajos de investigación donde relacionan como variable dependiente algún indicador vinculado a la innovación de las empresas con las variables independientes de carácter ambiental y otras variables de control (Jaffe y Palmer, 1997; Brunnermeier y Cohen, 2003).

$$y = \beta_0 + \beta X + \gamma Z + u \quad (1)$$

Donde y es dicotómica, con valor igual 1 cuando la unidad económica manufacturera en México decidió realizar actividades de innovación, y 0 en caso contrario, X comprende las variables sobre las acciones de RSC de mejora al medio ambiente que emprenden estas unidades; Z aglutina otros factores que afectan la determinación de innovar; β y γ son vectores de los parámetros poblacionales vinculados a X y Z , β_0 es el intercepto, u es un término aleatorio. Dada la naturaleza binaria de la variable y , implica que el valor esperado de y sea igual a la probabilidad, en este caso, de que la empresa decida innovar, por lo tanto el modelo de respuesta dicotómica se puede expresar como $\Pr(y = 1 | X, Z) = \phi(\beta_0 + \beta X + \gamma Z)$, donde se supone que ϕ es una función de distribución acumulada de la distribución normal estándar, por lo que la estimación econométrica que se aplicó fue la de un modelo probit. Como este modelo es no lineal la interpretación de los parámetros poblacionales se vuelve complicado, por lo que para facilitar la interpretación de los resultados de la estimación econométrica analizamos los hallazgos del efecto en la probabilidad que causa alguna variable X o Z sobre la innovación (y) mediante el signo positivo o negativo del coeficiente y de su significancia estadística. La descripción detallada de las variables empleadas se muestra en la tabla 1.

Tabla 1: Descripción y Registro de las Variables Empleadas en el Estudio

Variables	Descripción	Registro
Variable Dependiente		
Y	Si la unidad económica realizó actividades de innovación en coordinación con universidades o centros de investigación; por contrato o colaboración con empresas sin relación productiva; por contrato o asociación con clientes, proveedores o filiales; por cuenta propia de la empresa sin ninguna colaboración	Si=1 No=0
VARIABLES INDEPENDIENTES		
x1	Cumplió con alguna norma en materia de medio ambiente	Si=1 No=0
x2	Inversión para disminuir el consumo de energía o utilizar energía alternativa	Miles de pesos
x3	Inversión para disminuir las emisiones al aire	Miles de pesos
x4	Inversión para disminuir el consumo de agua	Miles de pesos
x5	Inversión para la reducción de residuos generados en los procesos	Miles de pesos
x6	Inversión para disminuir los contaminantes en aguas residuales generadas	Miles de pesos
x7	Personal dedicado a actividades de protección del medio ambiente o recursos naturales	Si=1 No=0
x8	Aplicó algún tratamiento a las aguas residuales (generadas en actividades dentro de la unidad económica o recibió servicio de tratamiento en plantas específicas)	Si=1 No=0
z1	Entre 1 y 10 trabajadores ocupados	toma el valor de 1 si el establecimiento manufacturero contó entre 1 y 10 personas ocupadas, 0 en caso contrario
z2	Entre 11 y 50 trabajadores ocupados	toma el valor de 1 si la unidad económica contó entre 11 y 50 personas ocupadas, 0 en caso contrario
z3	Entre 51 y 250 trabajadores ocupados	toma el valor de 1 si la unidad productiva expresó contar entre 51 y 250 personas ocupadas, 0 en caso contrario
z4	Más de 251 trabajadores ocupados	toma el valor de 1 si el establecimiento manufacturero manifestó tener más de 251 personas ocupadas, 0 en caso contrario
z5	Personal calificado dedicado a actividades de investigación y desarrollo tecnológico	Si=1 No=0
z6	Periodo en que inició operaciones	Año de inicio
z7-z27	Subsectores manufactureros: z7) industria alimentaria, z8) industria de las bebidas y tabaco, z9) fabricación de insumos textiles, z10) fabricación de productos textiles, excepto prendas de vestir z11) fabricación de prendas de vestir, z12) curtido y fabricación de productos de cuero, z13) industria de la madera, z14) industria del papel, z15) impresión e industrias conexas, z16) fabricación de productos derivados del petróleo y carbón, z17) industria química, z18) industria del plástico y del hule, z19) fabricación de productos a base de minerales no metálicos, z20) industrias metálicas básicas, z21) fabricación de productos metálicos, z22) fabricación de maquinaria y equipo, z23) fabricación de equipo de computación, z24) fabricación de accesorios y equipo de generación de energía eléctrica, z25) fabricación de equipo de transporte, z26) fabricación de muebles, colchones y persianas z27) otras industrias manufactureras	cada variable toma el valor de 1 si la unidad económica pertenece a determinado subsector, 0 en caso contrario

En la tabla se explica la notación, descripción y registro de las variables que se utilizaron para estimar el modelo probit de la ecuación (1), obsérvese que la variable dependiente relacionada con la innovación tiene el valor de 1 -si la empresa llevó a cabo actividades de innovación- y 0 -caso contrario-. Las variables independientes que están denotadas con la letra x se relacionan con la dimensión ambiental de la RSC, mientras las que se indican con la letra z son otras variables de control.

RESULTADOS

Primero, se presentan estadísticas descriptivas de algunas de las variables que se emplearon en el estudio. En la tabla 2 se observa que únicamente 2,509 empresas de las 15,601 de la muestra (16.8%) manifestaron que llevaron a cabo actividades de innovación en coordinación con universidades o centros de investigación; por contrato o colaboración con empresas sin relación productiva; por contrato o asociación con clientes, proveedores o filiales; por cuenta propia de la empresa sin ninguna colaboración. De esta cantidad de firmas innovadoras la mayoría -según el número de trabajadores- fueron de tamaño mediano (43.6%), seguidas por las grandes corporaciones (29.41%), en contraste las que menos actividades de innovación realizaron fueron las microempresas (5.26 %).

Tabla 2: Actividades de Innovación de las Unidades Económicas en México Por Tamaño de Empresa

Tamaño	Actividades de Innovación	
	%	Absoluto
Micro	5.26%	132
Pequeña	21.72%	545
Mediana	43.60%	1094
Grande	29.41%	738
Total	100%	2509

En esta tabla se presenta la proporción de empresas que innovan respecto a su tamaño. Podemos observar que las más innovadoras son las empresas medianas, seguidas de las grandes. Las microempresas son las que menos actividades de innovación realizan, al representar un porcentaje muy bajo. Fuente: Elaboración propia con datos de los Censos Económicos 2014

La proporción de unidades productivas del sector manufacturero que adoptaron medidas de cuidado y mejora del medio ambiente se describe en la tabla 3, en términos generales se puede ver que el porcentaje de participación de las industrias en este tipo de acciones es muy bajo. El acatamiento de alguna norma de carácter ambiental y contar con personal vinculado a la protección del ambiente o los recursos naturales son las medidas que más aplican los establecimientos participantes. En contraste el porcentaje de empresas manufactureras que invierten dinero en la reducción de la contaminación del aire y el agua es pequeño.

Tabla 3: Tipos de Acciones de Cuidado y Mejora del Medio Ambiente de la RSC

Tipo de Acción Medio Ambiental	%	Absoluto
Cumplimiento de alguna norma ambiental	28.51%	4448
Inversión para disminuir el consumo de energía o utilizar energía alternativa	6.98%	1089
Inversión para disminuir las emisiones aire	4.82%	752
Inversión para disminuir el consumo de agua	6.47%	1010
Inversión para la reducción de residuos generados en los procesos	4.74%	740
Inversión para reducir los contaminantes en aguas residuales	4.81%	750
Personal dedicado a actividades de protección al medio ambiente o recursos naturales	26.30%	4103
Aplicó algún tratamiento a las aguas residuales	17.38%	2711

En la tabla se observa el porcentaje de establecimientos manufactureros en México que realizan actividades de RSC ligada al cuidado del medio ambiente. Se observa un porcentaje bajo de empresas participantes en este tipo de acciones de cuidado y mejora del medio ambiente, esta situación es más notoria en las acciones que implican invertir en la reducción de la contaminación que generan. Fuente: Elaboración propia con datos de los Censos Económicos 2014

Los resultados del modelo econométrico que se desprenden de la ecuación (1) aparecen en la tabla 4 en donde se percibe que determinadas variables ambientales de la RSC influyen en la probabilidad de que las

unidades económicas efectúen actividades de innovación, por ejemplo, el cumplimiento con alguna norma de carácter ambiental (x1) tiene un efecto positivo y significativo (al 10%) en la probabilidad de que las unidades económicas desarrollen actividades de innovación en comparación con las que no ejecutan este tipo de medidas. Este resultado es cercano al encontrado por Mercado y Blanco (2003) -aunque en su estudio el número de empresas es bastante limitado y con un muestreo no probabilístico-, quienes hallaron que mientras más grandes en tamaño y más actualización tecnológica tengan las empresas manufactureras en México mayor es su disposición a cumplir con las normas ambientales, cabe mencionar que esta relación es de asociación y no de causalidad como la que presentamos en este trabajo, de hecho nuestro hallazgo coincide con el de Triguero, Moreno y Davia (2013) en el sentido de que las regulaciones ambientales inciden en el proceso de innovación ambiental de las firmas.

Tabla 4: Resultados de la Estimación Econométrica de la Ecuación (1)

	Coefficientes
x1	0.0603*
x2	0.0000
x3	-0.0000
x4	0.0000
x5	0.0000
x6	-0.0000
x7	0.2121***
x8	0.0857**
z1	omitida
z2	0.1703***
z3	0.1837***
z4	0.1379**
z5	1.636***
z6	-0.0042***
z7	0.4215***
z8	0.2031
z9	0.2690*
z10	0.4419***
z11	0.2185*
z12	0.4456***
z13	omitida
z14	0.3243**
z15	0.3420**
z16	0.2390
z17	0.1571
z18	0.3360***
z19	0.0500
z20	0.3204**
z21	0.3225**
z22	0.3147**
z23	-0.0051
z24	0.4033***
z25	0.2254**
z26	0.5392***
z27	0.3430**
Constante	6.903***
Número de observaciones	15601
LR chi2 (34)	3443.9
Prob > chi2	0
Pseudo R2	0.2503

Niveles de significancia: * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$. En esta tabla se presentan los resultados del modelo probit de la ecuación (1), lo relevante en los hallazgos es que las variables de la dimensión ambiental de la RSC como son el cumplimiento con alguna norma ambiental (x1), tener empleados que se dediquen a las actividades de protección ambiental o de los recursos naturales (x7) o aplicar algún tratamiento a las aguas residuales (x8) tienen un efecto positivo y significativo en la probabilidad de que las unidades económicas manufactureras innoven, sorprendentemente, este tipo de causalidad no se presenta en el caso de las otras variables explicativas de carácter ambiental como las inversiones para disminuir las emisiones al aire, el consumo de agua, los residuos generados en el proceso productivo o los contaminantes en aguas residuales generadas.

Por otra parte, otras acciones ligadas a la dimensión ambiental de la RSC que inciden en la probabilidad de que las unidades económicas lleven a cabo actos de innovación fueron el contar con personal dedicado a actividades de protección ambiental (x7) o aplicar algún tratamiento a las aguas residuales (x8), en ambos casos el efecto fue positivo y estadísticamente significativo (al 5%). Como es sabido en la literatura sobre las capacidades tecnológicas de las empresas, una variable importante está vinculada al personal calificado y al entrenamiento de mismo (Dominguez, 2006), por lo cual no resulta extraño que los empleados orientados a funciones de protección del medio ambiente o los recursos naturales tengan impactos positivos en las acciones de innovación de la empresa. En contraste, las inversiones para disminuir las emisiones al aire, el consumo de agua, los residuos generados en el proceso productivo o los contaminantes en aguas residuales generadas no tuvieron un efecto estadístico significativo en las actividades de innovación de las empresas mexicanas, esto se explica por la reducida participación de las empresas en este tipo de inversión. Otra posible explicación está ligada al carácter dinámico de la inversión, los datos de los Censos Económicos 2014 que se emplearon en este trabajo se recabaron en un año específico, sin embargo, los efectos que pueda tener esta forma de inversión no son inmediatos, sino que es muy factible que tengan una influencia rezagada en las actividades de innovación de la empresa, este aspecto que se menciona constituye una de las limitantes de nuestra investigación.

Con relación al tamaño de las empresas, el grupo con el cual realizamos la comparación fueron las microempresas (z1), en este caso, se encontró que las unidades económicas que tienen entre 51 y 250 empleados (z3) fueron las que tuvieron mayor probabilidad de impulsar actividades de innovación en comparación con las microempresas, en forma similar las pequeñas -11 a 50 trabajadores (z2)- y las grandes -251 y más empleados (z4)- presentaron una probabilidad más elevada de desarrollar acciones de innovación en contraste con las micro unidades productivas. Este aspecto confirma la evidencia teórica y empírica de que son las grandes empresas las que en su mayoría impulsan la innovación. Otro resultado conectado al factor trabajo fue el personal en actividades de investigación y desarrollo tecnológico, en este caso los resultados arrojan que si una empresa contó con este tipo de trabajadores entonces la probabilidad de innovar es positiva y estadísticamente significativa. Con respecto a la antigüedad de los establecimientos manufactureros se observa que si la unidad productiva manufacturera es de más reciente creación entonces tiene menos probabilidad de realizar actividades de innovación. Dentro de algunos de los subsectores manufactureros que se destacaron por tener una probabilidad mayor y significativa de innovar en comparación con la industria maderera (z13) -subsector que se tomó como base o de comparación- fueron las industrias alimentaria (z7), fabricación de productos textiles excepto prendas de vestir (z10), papel (z14), plástico y hule (z18), metálicas básicas (z20), productos metálicos (z21), maquinaria y equipo (z22), equipo de transporte (z25), entre otros.

Antes de cerrar este apartado, queremos mencionar las contribuciones principales que se desprenden de nuestro estudio, uno de sus principales aportes consistió en presentar evidencia empírica sobre la influencia de los factores de la dimensión medio ambiental de la RSC sobre las decisiones de innovación de las unidades económicas en México, según la literatura revisada existen investigaciones relevantes como las de Aigner y Lloret (2013), Barajas, Rodríguez y García (2006), Dasgupta, Hettige y Wheeler (1998) donde cada quien con su enfoque teórico y metodología particular estudian el vínculo de estas variables en las firmas mexicanas, sin embargo, estos trabajos se ven limitados por el número relativamente pequeño de empresas que encuestan y por el área geográfica de estudio -alguna región o unas cuantas ciudades- aspectos que son superados en este análisis debido a la enorme cantidad de unidades económicas (15,601) de la muestra y a la cobertura geográfica de carácter nacional.

CONCLUSIONES

El objetivo de este trabajo consistió en analizar la influencia de los factores de la dimensión ambiental de la RSC sobre las decisiones de innovación de las empresas manufactureras en México, para lo cual se empleó un modelo probit donde la variable dependiente tomó el valor de 1 cuando la unidad económica

realizó actividades de innovación en coordinación con distintos agentes productivos o institucionales (empresas, clientes, proveedores, universidades, centros de investigación, etcétera) o sin ningún tipo de apoyo; las variables independientes se constituyeron en dos grandes bloques: las ambientales de la RSC y las de control. Los datos para estimar el modelo se obtuvieron de los Censos Económicos 2014, en particular de la encuesta al sector manufacturero, acotándose la información a las temáticas de medio ambiente y ciencia, tecnología e innovación, como resultado se obtuvo una muestra aleatoria de 15,601 unidades económicas. La estimación econométrica nos revela que algunas acciones ambientales de la RSC ejercen efecto en el acto de innovar de las manufacturas mexicanas, en concreto, cumplir con las normas de carácter ambiental, tener empleados designados a actividades de protección del medio ambiente o los recursos naturales, o emplear tratamientos a las aguas residuales tiene un efecto positivo y significativo estadísticamente en la probabilidad de que la unidad económica impulse actividades de innovación, aunque con diferente enfoque y metodología, estos resultados coinciden en parte con los de Wagner (2008), Brunnermeier y Cohen (2003) y Horbach (2008). Otras actividades ambientales de RSC como la inversión para disminuir el consumo de energía, las emisiones al aire, las emisiones al agua, los residuos generados en los procesos y los contaminantes en aguas residuales no afectan la innovación en las empresas manufactureras, una explicación factible de este resultado es que el efecto de este tipo de inversión no se refleje inmediatamente (un año) en la decisión de innovar de las unidades económicas en México. En relación con otras variables de control, los hallazgos de modelo nos expresan que en comparación con las microempresas (1 a 10 trabajadores) las medianas y grandes firmas tienen una probabilidad más elevada de innovar, similarmente, las unidades productivas que tengan empleados dedicados a actividades de investigación y desarrollo tecnológico y aquellas que lleven menos años en el mercado tienen una menor probabilidad de llevar a cabo acciones de innovación.

Las limitaciones y líneas futuras de investigación que se pueden señalar del estudio son las siguientes: únicamente se tomó en cuenta las unidades económicas de la actividad manufacturera de México debido al impacto que generan en el medio ambiente, sin embargo, el análisis podría enfocarse en algún subsector o rama específica de esta industria o hacia otros sectores productivos como los servicios o el comercio. El periodo de un año del estudio es muy factible que nos halla arrojado una relación no significativa de variables ambientales relevantes de la RSC sobre las actividades de innovación de las empresas manufactureras, esta limitación puede ser superada en el futuro (a medida que se vaya generando más información en los Censos Económicos) con estudios longitudinales que permitan conocer la influencia de estas variables de la RSC en la innovación de las unidades productivas en un periodo de tiempo más amplio. Asimismo, este estudio puede enriquecerse al analizar cómo influyen las variables ambientales de la RSC en la innovación de productos, procesos, organizacional y mercadotecnia.

REFERENCIAS

- Aigner, D. & Lloret A. (2013) Sustainability and competitiveness in Mexico, *Management Research Review*, 36 (12), 1252-1271
- Ambec, S., Cohen, M. A., Stewart, E., & Lanoie, P. (2013). The porter hypothesis at 20: Can environmental regulation enhance innovation and competitiveness. *Review of Environmental Economics and Policy*, 7 (1), 1-21.
- Barajas, M., Rodríguez C., & García H., (2006), Aprendizaje organizacional y comportamiento ambiental en la industria maquiladora del norte de México, *Frontera Norte*, 18 (36), 145-179
- Brunnermeier, S., & Cohen, M. (2003). Determinants of environmental innovation in US manufacturing industries. *Journal of Environmental Economics and Management*, 45 (2), 278- 293.

Dasgupta, S., Hettige, H., & Wheeler, D., (1998) What Improves Environmental Performance? Evidence from Mexican Industry. Policy Research Working Paper 1877. The World Bank Development Research Group. Recuperado de: <http://web.worldbank.org/archive/website01004/WEB/IMAGES/MULTI-16.PDF>

Dominguez, L. (2006). *México: empresa e innovación ambiental*. México, D.F.: Facultad de Economía, Universidad Nacional Autónoma de México y H. Cámara de Diputados, LIX Legislatura.

Horbach, J. (2008). Determinants of environmental innovations New evidence from German panel data sources. *Research Policy*, 37 (1), 163-173.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2013). *Sistema de Cuentas Nacionales de México Cuentas económicas y ecológicas de México 2007-2011*. Recuperado de: http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/derivada/economicas/medio%20ambiente/2007_2011/702825004034.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). *Censos Económicos 2014 Metodología*. Recuperado de: http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825075330.pdf

Jaffe, A.B., & Palmer, K. (1997). Environmental regulation and innovation: A panel data study. *The Review of Economics and Statistics*, 79 (4), 610-619.

Jo, H., Kim, H., & Park, K. (2015). Corporate environmental responsibility and firm performance in the financial services sector. *Journal of Business Ethics*, 131 (2), 257-284.

López, G. (2014). Desarrollo tecnológico y sustentabilidad. En A. Mercado & C. López (Eds.), *La estadística ambiental en México* (pp. 191-213). Distrito Federal: Colegio de México.

Mercado, A., & Blanco M.L. (2003). Las normas oficiales mexicanas ecológicas para la industria mexicana: alcances, exigencia y requerimientos de reforma. *Gestión y Política Pública*, 12 (1), 93-128.

Porter, M.E., & van der Linde, C. (1995). Toward a new conception of the environment-competitiveness relationship. *Journal of Economic Perspectives*, 9 (4), 97-118.

Ramanathan, R., Black, A., Nath, P. & Muyltermans, L. (2010). Impact of environmental regulations on innovation and performance in the UK industrial sector. *Management Decision*, 48 (10), 1493-1513.

Rennings, K., Ziegler, A., Ankele, K., & Hoffmann, E. (2006). The influence of different characteristics of the EU environmental management and auditing scheme on technical environmental innovations and economic performance. *Ecological Economics*, 57 (1), 45-59.

Romo, M.D., Romero, H.O., & Samaniego, B.R. (2005). *Industria y medio ambiente en México hacia un nuevo paradigma para el control de la contaminación* (H. C. d. D. L. Legislatura, I. T. A. d. México, & M. A. Porrúa Eds.).

Sabogal, A. J. (2008). Aproximación y cuestionamientos al concepto responsabilidad social empresarial. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 16 (1), 179-195.

Senior, A., Narváez, M., Fernández, G. & Revilla, J. (2007). Responsabilidad ambiental: factor creador de valor agregado en las organizaciones. *Revista de Ciencias Sociales*, 13 (3), 484-494.

Triguero, A., Moreno L. & Davia, M.A. (2013). Drivers of different types of eco-innovation in European SMEs. *Ecological Economics*, 92, 25-33.

Wagner, M. (2008). Empirical influence of environmental management on innovation: evidence from Europe. *Ecological Economics*, 66 (2-3), 392-402.

RECONOCIMIENTOS

Los autores agradecen a la Dirección del Laboratorio de Microdatos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía por las facilidades proporcionadas por el acceso a los datos de los Censos Económicos 2014.

BIBLIOGRAFÍA

Cecilia Martínez Villalobos es estudiante del Doctorado en Ciencias Administrativas en la Universidad Autónoma de Aguascalientes.

Roberto González Acolt es Doctor en Ciencias con orientación en Economía. Línea de investigación: Desarrollo Local Sustentable. Universidad Autónoma de Aguascalientes.

Manuel Díaz Flores es Doctor en Ciencias Políticas y Sociales con Orientación en Administración Pública. Línea de investigación: Desarrollo Local Sustentable. Universidad Autónoma de Aguascalientes.

TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN MIPYMES DEL SECTOR HOTELERO DE CAMPECHE, MÉXICO

Román Alberto Quijano García, Universidad Autónoma de Campeche

Luis Alfredo Arguelles Ma, Universidad Autónoma de Campeche

Fernando Medina Blum, Universidad Autónoma de Campeche

Deneb Elí Magaña Medina, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

RESUMEN

A través de un estudio descriptivo no experimental transversal, se analiza la relación e incidencia de las tecnologías de información en la gestión de conocimiento de mipymes del sector hotelero, como posible ventaja competitiva que contribuya a su desarrollo y permanencia en el largo plazo; considerando que estas organizaciones forman parte de la actividad turística que contribuye de forma importante al producto interno bruto y a la generación de empleos en México. Los resultados indican que ambas herramientas son aplicadas en las organizaciones pero se desarrollan sin que se les visualice como estrategias diferenciadoras pues no se perciben por la alta gerencia como fundamentales para la realización de sus procesos operativos, lo que se ratifica con el nivel medio alcanzado en la correlación de valores e índices.

PALABRAS CLAVE: Hotelería, Tecnologías de Información y Gestión del Conocimiento

COMMUNICATIONS TECHNOLOGY AND KNOWLEDGE MANAGEMENT IN MSMEs OF THE HOTEL INDUSTRY IN CAMPECHE, MÉXICO

ABSTRACT

This paper is a descriptive study with a non-experimental transversal design. The goal is to examine the relation and impact of communications technology on knowledge management in MSMEs of the hotel industry. We wish to identify a possible competitive advantage that contributes to the business's long-term development and permanence. We consider these organizations as a part of the tourism sector, which contributes in an important way to the gross domestic product and job generation in Mexico. The results indicate that both tools are applied in organizations. However, they are not seen as differentiating strategies since they are not perceived by the top management as key elements for the realization of operational processes, which ratifies the medium level reached in the correlation between data and rates.

JEL: M1, M19

KEY WORDS: Hotel Industry, Communications Technology, Knowledge Management

INTRODUCCIÓN

Desde que se oficializó la crisis del sector energético por parte del gobierno mexicano, se han propuesto nuevas estrategias de tipo económico para mantener el desarrollo del país, y como parte de esto, se ha programado apoyos económicos a sectores como el turístico el cual es proveedor de divisas y produjo el 8.6% del producto interno bruto y más de 9 millones de empleos a lo largo de la geografía nacional al cierre del año 2016, según la información económica proporcionada por el Instituto de Estadística y Geografía (INEGI, 2017). De acuerdo con la Secretaría de Turismo Federal (SECTUR, 2018), en 2016 se tuvieron ingresos para México a través de este sector por 19,650 millones de dólares y en 2017 21,333 derivado del aumento en el número de visitantes que en 2016 fue de 35.1 millones y en 2017 se elevó a 39.3, lo que representa un incremento del 11.9%. El gobierno del estado de Campeche de forma paralela al gobierno federal lleva a cabo diferentes acciones para impulsar el turismo local, promocionando los atractivos turísticos como el ser una ciudad Fortificada que cuenta con el distintivo de Patrimonio Cultural de la Humanidad desde 1999 y la denominación de Patrimonio Mixto (cultural y natural) otorgado a la ciudad maya de Calakmul y su bosque tropical desde el año 2014, por la UNESCO, (Plan Estatal de Desarrollo, PED, 2015-20121).

Las organizaciones que participan en la prestación de servicios turísticos adquieren y generan conocimiento mediante sus actividades de administración y operación, para lo cual se sirven, entre otras herramientas, de las tecnologías de información y esto se refleja en el logro de los objetivos de largo plazo de las empresas sin importar el tamaño y actividad (Davenport y Prusak, 2000). Este estudio tiene los siguientes objetivos: a) Determinar cuáles son las prácticas de gestión de conocimiento que desarrollan las mipymes del sector hotelero de la ciudad de Campeche, b) Identificar cómo se vinculan las tecnologías de información a las actividades de gestión de conocimiento en este tipo de organizaciones y c) Identificar la percepción sobre las tecnologías de información y su incidencia en la gestión de conocimiento bajo la perspectiva de la población estudiada. Este trabajo incluye como parte de la Revisión de la literatura estudios desarrollados sobre la tecnología de información y su desarrollo empresarial, así como investigaciones relacionadas las actividades de gestión del conocimiento y la importancia económica del sector; en el apartado de Metodología se establece el tipo y diseño del estudio, así como las variables identificadas y sus dimensiones, además de las características de la población participante. El tratamiento estadístico de los datos obtenidos se refleja en la sección de Resultados para finalmente ser discutidos y contrastados respecto al marco teórico en la sección de Conclusiones que considera también las limitaciones y direcciones para futuras líneas de investigación.

REVISIÓN DE LITERATURA

Mirabell (1999), ya consideraba la necesidad de transformar al sector turístico, aprovechando las tecnologías de comunicación e información para elevar su competitividad, apoyado en los principios de la cooperación entre empresas dentro de una red, explotando elementos diferenciadores que den flexibilidad, capacidad y rapidez de respuesta en la prestación de servicios. El autor expone que estas organizaciones pueden funcionar en red, de forma virtual lo que les da mayor flexibilidad y eficiencia; por lo tanto considera que las tecnologías de la información son una herramienta fundamental al intensificar la comunicación entre socios y la relación con el cliente. A través de un análisis cualitativo Martín (1999) analizó la situación de las empresas del sector y la incidencia de los sistemas de información y tecnología en las empresas turísticas, propuso estrategias de desarrollo de las TIC para elevar el comercio electrónico ofreciendo seguridad en las transacciones, lo que eleva las expectativas de satisfacción de los clientes. Claver, Pereira, De Juana Espinosa y Andreu (2004) visualizaron el aporte de las tecnologías de información en la rentabilidad, calidad y recursos humanos en el sector hotelero, como facilitadores del éxito de este tipo de organizaciones, aunque no existía un consenso acerca de las ventajas de la adopción de estas tecnologías. El paso de los años ha ratificado que las TIC son fuente de ventaja competitiva en las áreas mencionadas, ya que la tecnología a través de la automatización de procesos incrementa la

rentabilidad y los canales de distribución y una mejor relación calidad-precio. De acuerdo con Falquemberg (2012) las Pymes del sector hotelero necesitan diseñar productos y servicios diferenciados y competitivos ante la globalización, toda vez que estas se desenvuelven entre el universalismo y el localismo lo que representa un reto para las mismas, que desean perdurar en el mercado, para ello considera que el capital intelectual es generador de innovación y ventaja competitiva para esta actividad. El autor establece que la gestión del conocimiento es una estrategia para lograr mejorar la competencia sugiriendo la aplicación del modelo THER para la gestión del capital intelectual en el sector hotelero, el cual permitiría una mejor orientación de los activos intangibles y tomar decisiones estratégicas con procesos asertivos y no intuitivos.

En años recientes la atención que prestan las organizaciones a la gestión del conocimiento se basa en su capital intelectual, el cual proporciona un mayor valor a las empresas si se considera únicamente el valor de sus activos tangibles. (Mannington 1999, Pérez 2008 y Dos Anjos, Flores, Gadoti y Domareski 2011). Partiendo del concepto de intangibilidad como elemento relacionado con los procesos de creación de valor dentro de las organizaciones Simaro, Tonelli y Carús (2012), señalan que las empresas del sector turístico deben profesionalizar la gestión de conocimiento para una mejor sustentabilidad y mejorar el desarrollo de sus empresas, de igual forma Lissarrague, Simaro y Tonelli (2010), consideran que el entorno de esas empresas incluyen de manera importante elementos inmateriales pero que también son activos de las organizaciones y que permiten la creación o incremento de valor en las mismas. Igualmente la confianza, la comunicación, los sistemas y la estructura de la organización son factores culturales que contribuyen a la gestión del conocimiento dentro de las organizaciones, (Alawi, Marzooqi y Fraidoon, 2007). De acuerdo con Goncalves, Sass, Rastrollo y Savi (2014), la gestión del conocimiento pretende que la organización actúe de forma inteligente para asegurar el éxito maximizando sus recursos y garantizando su renovación, ya que en su conjunto fortalece la ventaja competitiva, no por sí mismo, sino que es el resultado de la creación, transmisión y aplicación del conocimiento en la empresa. En este sentido, Falquemberg (2012), menciona que la gestión del conocimiento es una estrategia que mejora la competencia mediante la combinación de recursos con capacidades donde el convencimiento y el compromiso de la gerencia son fundamentales para gestionar el capital intelectual de sus organizaciones. Ciertos factores como la globalización, la economía y las nuevas tecnologías ocasionan que la gestión del conocimiento sea un diferenciador entre el conocimiento como un recurso que da la posibilidad de actuación en las organizaciones y la gestión que busca optimizar el uso de este recurso el cual se integra por dos procesos fundamentales: la creación de conocimiento y su transmisión, que no son independientes y sí están interrelacionados, (Canals, 2003).

En el caso de México, Pérez, Leal, Barceló y León (2013), formularon un estudio para diagnosticar los procesos de gestión del conocimiento en el sector restaurantero, encontrando que las empresas participantes tienen un nivel adecuado de desarrollo en los procesos de identificación, adquisición, creación, transferencia y aplicación y por el contrario almacenamiento y valoración del conocimiento son las áreas en las que menos han evolucionado, destaca la disponibilidad de los empresarios y del personal para compartir su conocimiento, y señalan como principales barreras la resistencia al cambio, bajo conocimiento en el uso de tecnologías y resistencia a la documentación de las buenas prácticas. La gestión de este conocimiento y la habilidad de usarlo para obtener una ventaja competitiva requiere de una planeación cuidadosa y entendimiento del conocimiento dentro de la organización y sus trabajadores, por lo tanto, diseñar e implementar estrategias para la generación de conocimiento, es positivo y significativo, pues genera coherencia entre el conocimiento y la innovación tecnológica, (Donate y Guadamillas, 2008).

METODOLOGÍA

La investigación llevada a cabo es de tipo descriptiva, porque tiene como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiestan una o más variables que forman parte del problema sujeto a estudio en

este caso las tecnologías de información y la gestión de conocimiento. El diseño es no experimental transversal toda vez que no se realiza una manipulación deliberada de las variables y los datos se recolectaron en un solo momento en su ambiente natural para su posterior análisis, mediante cuestionarios. El método utilizado para la recolección de información cuantitativa es a través de trabajo de campo y la técnica empleada es la encuesta (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). La población considerada ha sido estudiada en investigaciones previas (Quijano, Arguelles y Fajardo, 2016), y está conformada por hoteles y hostales que no pertenecen a cadenas hoteleras o franquicias, y que se ubican en la ciudad de Campeche, México. Estas organizaciones prestadoras de servicios turísticos adquieren y generan conocimiento y se requiere identificar cómo se gestiona y salvaguarda. Las empresas identificadas con esta especialidad según el directorio del Sistema Empresarial Mexicano al 2 de febrero de 2016 fueron 26, optándose por obtener información mediante censo y de las cuales aceptaron participaron 23, lo que representa el 88% de la población señalada.

El cuestionario utilizado para obtener los datos cuantitativos fue diseñado por Mul, Mercado y Ojeda (2013), en un estudio sobre actividades de innovación en la península de Yucatán, y se consideraron los reactivos de las dimensiones identificadas como tecnología de información y gestión de conocimiento. El instrumento se eligió considerando que se relaciona con el objetivo central de la investigación que es establecer la vinculación de las tecnologías de información con el conocimiento y su gestión en mipymes del sector hotelero, la integración y definiciones del mismo se plasman en la Tabla 1.

Tabla 1: Definiciones del Cuestionario Administrado a los Gerentes de las Mipymes del Sector Hotelero

Variable	Dimensión	Definición Operacional	Reactivos	Proporción
Tecnologías de información	Tareas cotidianas	Proceso periódicos mediante los cuales se actualiza el uso de tecnología para mejorar los servicios que ofrece la organización.	84, 85, 86, 87, 88, 89	11.1%
	Monitoreo de mercado	Aplicación de la tecnología para generar información sobre el mercado donde participan las empresas.	90, 91, 92, 93, 94	9.3%
Gestión del conocimiento	Adquisición	Es el proceso natural o diseñado mediante el cual la empresa obtiene y genera el conocimiento organizacional que permite alcanzar sus objetivos	2, 3, 5, 6, 11, 12, 16, 25, 29, 31, 32, 33, 40	24.0%
	Aplicación	Son los procesos desarrollados por la empresa para difundir el conocimiento a las diversas áreas que integran la organización.	17, 37, 38	5.6%
	Transferencia	Métodos implementados para transmitir el conocimiento propio o adquirido al personal que colabora con la organización.	1, 8, 10, 26, 27, 30, 35, 36, 41	16.6%
	Almacenamiento	Uso de sistemas y herramientas tecnológicas para la salvaguarda del conocimiento generado por la empresa	4, 7, 15, 14, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 28, 34, 39	26.0%
	Protección	Es el resguardo del conocimiento aplicado y generado en la empresa y que permite a la misma permanecer o liderar el mercado.	42, 43, 44, 45	7.4%

Fuente: Elaboración propia con datos de Mul, Mercado y Ojeda (2013).

Con el objetivo de obtener información socioeconómica de la población se agregó un apartado inicial que igual comprende el perfil administrativo de las empresas. Se desarrolló una prueba piloto para evaluar la comprensión del instrumento con el 10% de la población obteniéndose un alfa de Cronbach de 0.836 para la variable gestión del conocimiento y de 0.840 para cultura organizacional. Posteriormente se replicó la prueba estableciéndose los valores en general para cada variable y dimensión, mismos que se muestran en la Tabla 2.

Tabla 2: Confiabilidad de la Encuesta Administrada a los Gerentes de las Mipymes del Sector Hotelero

Variable	Dimensión	Número de elementos	Alfa de Cronbach
Tecnologías de información		11	0.955
	Tareas cotidianas	6	0.934
	Monitoreo de mercado	5	0.823
Gestión del conocimiento		43	0.972
	Adquisición	13	0.925
	Aplicación	3	0.937
	Transferencia	9	0.878
	Almacenamiento	14	0.922
	Protección	4	0.876

Fuente: Elaboración propia con base en información estadística.

Se aplicaron cuestionarios de forma personal a los líderes administradores de los hoteles con duración de veinte minutos cada uno, y se procesó la información obtenida a través del software SPSS versión 21.

RESULTADOS

Los aspectos sociodemográficos de los gerentes y de perfil administrativo de las entidades fueron establecidos en estudios previos sobre liderazgo (Quijano, Arguelles y Fajardo, 2016) y cultura organizacional (Quijano, Arguelles, Medina y Fajardo, 2017) considerando la misma población, donde se estableció que el rango de edad con la frecuencia más alta es entre 41 y 50 años; con experiencia empresarial entre 9 y 12 (30.4%). El 69.6% de las empresas tiene entre 5 y 13 empleados. La mitad de los encuestados considera tener un buen nivel de competitividad y establecen que su principal ventaja competitiva es el precio de los servicios que ofrecen (42.4%), seguida de la calidad de los mismos (27.3%) y en el mismo porcentaje el servicio. Respecto a las relaciones comerciales en cada sector donde prestan sus servicios, consideran que éstas son buenas con el sector gubernamental (47.8%), privado (78.3%) y social (60.9%). Su principal objetivo empresarial es la obtención de utilidades (73.9%), y sus mayores dificultades operativas las encabezan el contratar personal calificado (24.6%) y la competencia (13.8%). Consideran que para afrontar los retos, una verdadera comunicación interna y externa (26.8%) es la estrategia que mejor ha funcionado. El cuestionario consideró dos dimensiones para la variable tecnologías de información y cinco para gestión de conocimiento. Se determinó la media y desviación estándar con el objetivo de analizar los reactivos más cercanos y lejanos de los valores asignados, así como el nivel de dispersión de las respuestas, (Tabla 3).

En la variable tecnologías de información la media obtenida no es elevada ya que ningún dato es superior a tres, la dimensión “monitoreo de mercado” obtuvo el valor más alto (2.92), esto señala que estas herramientas se utilizan principalmente para reservas de los clientes y que no son de fácil acceso para los empleados, lo anterior se ratifica con la dispersión en las respuestas obtenidas en la misma dimensión (Tabla 4).

Tabla 3: Estadística Descriptiva de las Variables Gestión del Conocimiento y Tecnologías de Información

Variable	Dimensión	N	Valor Mínimo	Valor Máximo	Media	Desviación Estándar
Tecnologías de información	Tareas cotidianas	23	1	4	2.78	1.069
	Monitoreo de mercado	23	1	4	2.92	1.105
Gestión del conocimiento	Adquisición	23	1	4	2.35	8.659
	Aplicación	23	1	4	2.52	2.793
	Transferencia	23	1	4	2.27	6.185
	Almacenamiento	23	1	4	2.73	9.456
	Protección	23	1	4	2.52	3.553

La tabla indica el promedio de los valores asignados por los encuestados respecto a las variables estudiadas, en ningún caso se alcanza el valor más alto establecido, lo anterior se corrobora con la dispersión en las respuestas. Fuente: Información estadística obtenida de la encuesta.

Tabla 4: Estadística Descriptiva Relativa a la Dimensión Monitoreo de Mercado

Reactivo	Mínimo	Máximo	Media	Desviación Estándar
94. Las TIC se usan frecuentemente para el monitoreo, ya sea del comportamiento de los clientes y/o de las actividades y procesos de los competidores.	1	4	2.78	1.126
91. La empresa hace uso de las TIC para realizar comercio electrónico.	1	4	3.00	1.128
93. Las TIC disponibles son de fácil acceso para los empleados.	1	4	2.78	1.126
90. La empresa hace uso de las TIC para monitoreo de nuevos productos y/o servicios.	1	4	3.09	1.083
92. Las herramientas tecnológicas disponibles en la organización para compartir conocimientos son efectivas	1	4	2.96	1.065

En la variable gestión del conocimiento la media generada en las cinco dimensiones tampoco es elevada ya que en ningún caso se obtuvieron valores cercanos a tres, la más alta corresponde a la dimensión “almacenamiento”, y la menor a “transferencia” por lo tanto los gerentes se preocupan más por el resguardo de su información sin procedimientos para divulgar el conocimiento organizacional. De acuerdo a la dispersión de respuestas de la dimensión “almacenamiento”, en su mayoría las organizaciones participantes no tienen bien definidos los protocolos sobre repositorios de información, retroalimentación de actividades o el uso de medios electrónicos como herramienta clave, (Tabla 5).

En general se tienen procesos establecidos y definidos para el diseño y rediseño de productos y servicios, así como la investigación de mercados como una práctica habitual para generar información, lo cual corresponde a la dimensión aplicación. Se aplicó la prueba T de Student para pruebas independientes como el género y estado civil para establecer la influencia de factores sociodemográficos y del perfil administrativo en las variables estudiadas, y la ANOVA para determinar las diferencias de mayor importancia entre varianzas para el caso de edad, nivel de estudios, puesto en la empresa, antigüedad de la organización, origen de la misma, antigüedad en el puesto, número de trabajadores y de subordinados. En el caso de las tecnologías de información no se encontraron diferencias estadísticas importantes al examinar los elementos sociodemográficos tanto para pruebas independientes como para las varianzas.

Tabla 5: Estadística Descriptiva Relativa a la Dimensión Almacenamiento

Reactivo	Mínimo	Máximo	Media	Desviación Estándar
18. Los procedimientos de la empresa se documentan en protocolos o manuales.	1	4	2.09	1.125
7. Se imparten cursos de inducción para que el personal conozca el lugar de trabajo, a sus compañeros, así como todo lo relacionado con su puesto.	1	4	2.52	0.898
34. Las reglas, procedimientos y procesos internos se difunden constantemente.	1	4	2.83	0.778
19. La elaboración de reportes e informes sobre procesos y mejores prácticas es una práctica establecida.	1	4	2.48	1.238
15. La elaboración de documentos escritos como repositorios de información valiosa es habitual.	1	4	2.30	1.105
28. Existen mecanismos formales que permiten el intercambio de las mejores prácticas entre las áreas o departamentos.	1	4	2.43	0.788
20. La empresa pone a disposición de los empleados bases de datos y archivos en papel con información que es relevante para su trabajo.	1	4	2.70	1.020
39. La empresa cuenta con mecanismos para atender las opiniones, sugerencias, necesidades y quejas de los clientes.	1	4	3.17	0.778
21. Para la empresa es importante que las bases de datos se actualicen con periodicidad.	1	4	3.22	0.951
14. En la empresa los medios electrónicos son indispensables para capturar y almacenar información relevante para el negocio.	2	4	3.43	0.728
22. La empresa posee catálogos y archivos específicos para los documentos importantes como informes y reportes.	1	4	2.91	0.793
23. Es posible acceder a repositorios de información, a través de algún tipo de red informática interna (por ejemplo, intranet).	1	4	2.43	1.121
24. Los equipos de trabajo tienen reuniones periódicas para retroalimentación de sus actividades.	1	4	2.61	0.988
4. El uso de medios electrónicos es una herramienta clave para tener acceso a información valiosa para el negocio.	1	4	3.04	0.928

El análisis de la variable gestión del conocimiento, no demostró diferencias significativas para el género y estado civil. Al analizar la antigüedad en el puesto y la edad, la dimensión “aplicación” reportó diferencias importantes, se infiere que la experiencia adquirida en el trabajo incide en el diseño de procesos para la gestión del conocimiento; y que la evolución como persona en el tiempo, influye en la investigación de mercados. Las dimensiones “adquisición” y “transferencia” reportaron diferencias estadísticamente significativas para el caso del número de trabajadores y de subordinados que colaboran en la empresa, lo que permite asumir que este elemento influye en la decisión de participar en cursos de capacitación, en la contratación de personal especializado y formación de equipos interdisciplinarios. Con los datos obtenidos se construyeron indicadores para identificar el nivel de percepción de las tecnologías de información en la gestión de conocimiento, a lo cual se denominó Índice de Tecnologías de Información (ITI), mediante los siguientes pasos: a) Se obtuvo la suma de los valores asignados en cada pregunta por empresa, b) El puntaje máximo que podía tener cualquier empresa fue de 44 (4 puntos máximo por 11 ítems) y c) Se dividió el número obtenido en el inciso “a” entre 44 y el resultado se multiplicó por 100, para obtener un “Índice de Tecnologías de Información” (ITI). A mayor ITI, significa que el gerente tiene una mejor percepción de las mismas, (Tabla 6).

Tabla 6: Índice de Tecnologías de Información (ITI)

Empresa	Puntaje Por Empresa	Puntaje Máximo	ITI (%)
1	22	44	50.00
2	43	44	97.73
3	28	44	63.64
4	42	44	95.45
5	39	44	88.64
6	42	44	95.45
7	32	44	72.73
8	44	44	100.00
9	33	44	75.00
10	23	44	52.27
11	41	44	93.18
12	22	44	50.00
13	28	44	63.64
14	38	44	86.36
15	38	44	86.36
16	34	44	77.27
17	25	44	56.82
18	37	44	84.04
19	11	44	25.00
20	11	44	25.00
21	17	44	38.64
22	35	44	79.55
23	35	44	79.55

ITI= Índice de tecnologías de información = Puntaje / Puntaje máximo x 100. El resultado obtenido para cada empresa puede interpretarse como la percepción que tienen el gerente o socio fundador respecto a la importancia de la tecnología de información en la gestión del conocimiento empresarial. Fuente: Elaboración propia.

El promedio del ITI de la población estudiada es de 71.14%, lo que señala que para las empresas es importante el uso de la tecnología, aunque no todos los empleados tienen acceso a las mismas mediante esquemas de capacitación y no hay una constante actualización del software utilizado en las actividades propias. Para la variable gestión del conocimiento se siguieron los mismos pasos de la variable tecnologías de información y se diseñó el Índice de Gestión del Conocimiento: a) Se obtuvo la suma de los valores asignados en cada pregunta por empresa, b) El puntaje máximo que podía tener cualquier empresa fue de 172 (4 puntos máximo por 43 ítems) y c) Se dividió el número obtenido en el inciso “a” entre 172 y el resultado se multiplicó por 100, para obtener un “Índice de Gestión del Conocimiento” (IGC). A mayor IGC, significa que el gerente tiene un mayor conocimiento del mismo como ventaja competitiva, (Tabla 7).

Tabla 7: Índice de Gestión del Conocimiento (IGC)

Empresa	Puntaje Por Empresa	Puntaje Máximo	IGC (%)
1	97	172	56.40
2	96	172	55.81
3	81	172	47.09
4	141	172	81.98
5	143	172	83.14
6	149	172	86.63
7	120	172	69.77
8	162	172	94.19
9	103	172	59.88
10	116	172	67.44
11	149	172	86.63
12	97	172	56.40
13	104	172	60.47
14	120	172	69.77
15	120	172	69.77
16	99	172	57.56
17	100	172	58.14
18	100	172	58.14
19	79	172	45.93
20	79	172	45.93
21	55	172	31.98
22	74	172	43.02
23	74	172	43.02

IGC= Índice de gestión del conocimiento = Puntaje / Puntaje máximo x 100. El resultado obtenido para cada empresa puede interpretarse como la percepción que tienen el gerente o socio fundador respecto a los mecanismos implementados en la empresa para la adquisición, transmisión y protección del conocimiento que posee la organización como ventaja competitiva en el mercado. Fuente: Elaboración propia.

Para el caso del IGC, el promedio fue de 62.13%, como referente de las prácticas de adquisición, transmisión y salvaguarda de información y gestión del conocimiento propio o adquirido a través de la operatividad de la organización, cabe señalar que la dimensión de almacenamiento obtuvo los valores más altos en los procedimientos aplicados considerando que para los empresarios tener la información en sus equipos de cómputo es sinónimo de seguridad. Como parte de los procedimientos de análisis se evaluó si existe correlación entre las variables, sin que ésta sea preconcebida de origen. Se compararon los resultados de las tablas 6 y 7, para evaluar la relación entre la percepción que tienen los gerentes respecto a la gestión de conocimiento y las tecnologías de información. Mediante el análisis de regresión lineal se determinó el coeficiente de Pearson (1) y el coeficiente de determinación (2), el cual se obtuvo elevando al cuadrado el valor previamente obtenido del coeficiente de Pearson. (Lind, Marchal y Wathen, 2012). En donde: N= Población; X= Valores obtenidos del ITI en cada empresa; Y= Valores obtenidos del IGC global en cada empresa.

$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \tag{1}$$

Sustituyendo:

$$N = 23$$

$$\sum X = 1636.4$$

$$\sum Y = 1429.1$$

$$\sum XY = 107052.0$$

$$r = \frac{23(107052.0) - (1636.4)(1429.1)}{\sqrt{[23(127644.9) - (1636.4)^2][23(94619.3) - (1429.1)^2]}}$$

$$r = 0.6651$$

$$r^2 = \frac{b_0 \sum Y + b_1 \sum XY - n \bar{Y}^2}{\sum Y^2 - n \bar{Y}^2}$$

$$r^2 = (0.6651)^2$$

$$r^2 = 0.4424 = 44.24\%$$

(2)

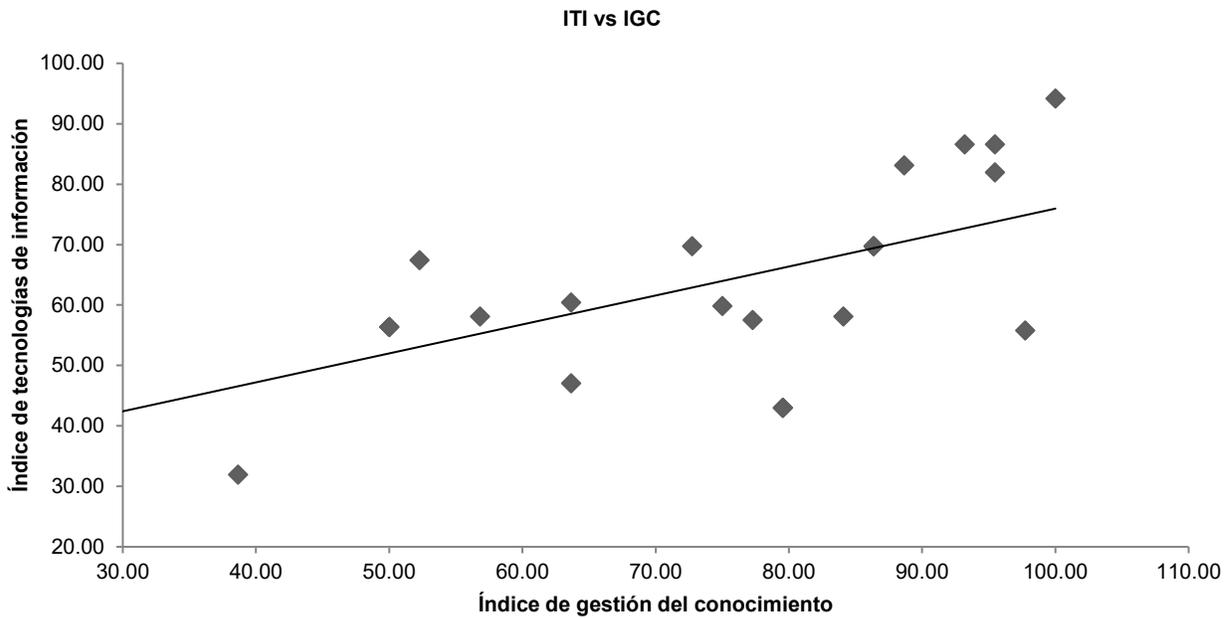
La correlación de los valores obtenidos se presenta en tabla 8 y su agrupación en la Figura 1.

Tabla 7: Matriz de Correlación de las Variables

Variable	Índice de Tecnologías de Información	Índice de Gestión del Conocimiento
Índice de Tecnologías de Información	1	
Índice de Gestión del Conocimiento	0.66512366	1

La matriz confirma la relación positiva entre las variables la cual se considera moderada.

Figura 1: Diagrama de Dispersión Entre los Índices de Tecnología de Información y de Gestión del Conocimiento



La agrupación de los resultados indica que los datos obtenidos no son dispersos y la correlación se considera media al estar en un rango de 0.50 y 0.75 lo que señala que si hay una relación entre las variables Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

Es posible concluir que los factores sociodemográficos no influyen en las dimensiones de la tecnología de información, el 50% de la población participante considera que se mantiene un adecuado vínculo comercial con los sectores social y productivo, aunque esto no ha impactado en su nivel competitivo, a pesar del impulso gubernamental mediante convenios de promoción turística a nivel nacional e internacional, se observa que no realizan actividades de cooperación entre empresas dentro de una red virtual, para dar flexibilidad y rapidez a la prestación de servicios que intensifique la comunicación con los clientes tal como sugieren Mirabell (1999).

La información estadística generada señala que los valores de las medias obtenidas para la variable tecnologías de información y gestión de conocimiento no son elevadas, toda vez que el valor promedio no llegó a tres, lo que indica que la tecnología es utilizada dentro de la organización, es considerada importante pero como parte de los servicios que ofrece a los clientes y no necesariamente para compartir información entre los colaboradores, lo que coincide con lo señalado por Martín (1999) quien ya prevenía el uso de la misma para mejorar las expectativas de los visitantes principalmente internacionales. Claver, Pereira, De Juana Espinosa y Andreu (2004) establecieron que las tecnologías de información contribuyen en la mejora de la rentabilidad, calidad y recursos humanos del sector como facilitadores del éxito; en el caso de la población estudiada existe dispersión en la opinión de los colaboradores respecto al uso de la tecnología para la obtención y transmisión de conocimiento, así como en la gestión del mismo, toda vez que los colaboradores no visualizan claramente cuál es la aplicación de este tipo de herramientas dentro de la organización, pues no todos tienen acceso a las TIC desde sus puestos de trabajo, lo que se ratifica con los resultados de la dimensión “monitoreo de mercado”.

Respecto a la variable gestión del conocimiento la media generada en sus cinco dimensiones tampoco es elevada pues sus valores no fueron cercanos a tres, el valor más alto corresponde a la dimensión “almacenamiento”, y la menor a “transferencia” por lo tanto los gerentes se preocupan más por el resguardo de su información sin establecer procedimientos para divulgar el conocimiento organizacional, aunque de acuerdo a la dispersión de respuestas de la dimensión “almacenamiento”, en su mayoría las empresas estudiadas no tienen bien definidos los protocolos sobre resguardo de información y el uso de medios electrónicos como herramienta diferenciadora como sugiere (Canals, 2003). En atención al primer objetivo del estudio es posible establecer que las organizaciones estudiadas desarrollan las actividades de adquisición, aplicación, transferencia, almacenamiento y protección como parte de la gestión de conocimiento; sin embargo es necesario que a nivel gerencial, se otorgue la importancia requerida para convertirla en una estrategia diferenciadora respecto a los competidores del mercado en el que participan. El uso de la tecnología de información como parte de las actividades de gestión de conocimiento no se encuentra altamente vinculadas toda vez que desde la gerencia no se identifica a ambas variables como posibles ventajas competitivas y se aplican y desarrollan de forma independiente, lo que se ratifica con los valores medios de correlación alcanzados entre las dimensiones estudiadas.

En lo particular las empresas estudiadas requieren reconocer la importancia del uso y aplicación de la tecnología de información como elemento clave en la gestión de conocimiento y que a su vez ambas herramientas son estrategias que pueden convertirse en diferenciadoras de la actividad y elevar su competitividad en el sector, ya que actualmente es baja la percepción e importancia que tienen sobre ambas a nivel gerencial y que se estableció mediante el puntaje de los indicadores construidos para tal fin. Como limitantes del estudio se señala el tamaño de la población y su resistencia a colaborar en estudios sectoriales por recelo a proporcionar información, lo cual debe ser considerado para futuras líneas de investigación; su réplica en otras entidades del país permitiría identificar similitudes y diferencias culturales o geográficas en un sector fundamental para la economía de México.

REFERENCIAS

- Alawi, A., Marzooqi, N., y Fraidoon, Y., (2007) Organizational culture and knowledge sharing: critical success factors. *Journal of knowledge management*. 11 (2), 22-42
- Canals, A. (2003). *La gestión del conocimiento*. Ediciones Gestión 2000, España.
- Claver, E., Pereira, J., de Juana, E. y Andreu, R. (2004). Consecuencias de la presencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la rentabilidad, calidad y recursos humanos de los hoteles de la provincia de Alicante. Memorias en extenso del V Congreso de Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Turitec 2004, Málaga, España. pp. 53-68.
- Davenport, T. y Prusak, L. (2000). *Working knowledge: how organizations manage, what they know*. Boston: Harvard Business School Press.
- Donate, M. y Guadamillas, F. (2008). La relación entre la postura tecnológica de la empresa y su estrategia de conocimiento. Un análisis de su efecto en los resultados. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. 17, (4) 29-54
- Dos Anjos F., Flores, P., Gadotti, S. y Domarereski, T. (2011). Contribuciones de la gestión del conocimiento a los servicios turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 20, (3) pp. 722-737
- Esparza, J. y García, D. (2011). La cultura de las empresas familiares turísticas mexicanas y su influencia en la gestión estratégica. *Cuadernos de Administración*. 24, (42) pp. 295-311.
- Falquember, C. (2012). Pymes hoteleras. Gestión del conocimiento para una mayor competitividad. *Revista Electrónica CECIET*. II, (2) pp. 1-14
- Gobierno del Estado de Campeche (2016). Plan Estatal de Desarrollo 2015-2021. Recuperado el 10 de marzo de 2016 en www.campeche.gob.mx
- Goncalves, J., Sass, C., Rastrollo, M. y Savi, T. (2014). La gestión del conocimiento en cadenas hoteleras: una revisión. *Tourism & Management Studies*, 10(2), 146-154
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill, México
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2017). Información económica. Recuperado el 1 de marzo de 2018. www.inegi.gob.mx
- Lind D., Marchal W. y Wathen S. (2012). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. México: Mc. Graw Hill.
- Lissarrague, M., Simaro, J., Tonelli, O. (2010). Medición y gestión del capital intelectual en pymes con actividad de alojamiento turístico en la ciudad de Tandil. *XXXIII Congreso Argentino de Profesores Universitarios de Costos*.
- Mannington, M. (1999). *Knowledge management for SMEs with Particular Emphasis on the Tourism Industry*. OPUS. <https://opus.lib.uts.edu.au/bitstream/10453/20114/10/02Whole.pdf>
- Martín, D. (1999). Las tecnologías de la información y el turismo, *Estudios Turísticos*. 142. pp. 3-22.

Mirabell, O. (1999). Visión estratégica de las organizaciones virtuales en el turismo. Aprovechamiento de las tecnologías de la comunicación y la información en la competitividad de las empresas turísticas. *Estudios Turísticos*. 142. pp. 73-83.

Mul, J., Mercado, L. y Ojeda, R. (2013). *Propuesta de un instrumento para conocer las actividades de gestión del conocimiento y los factores organizativos que la influyen*. Memorias en extenso del XVIII Congreso Internacional de Contaduría Administración e Informática, UNAM, México.

Pérez, A., Leal, V., Barceló, M. y León, J. (2013). Un diagnóstico de la gestión del conocimiento en las pymes del sector restaurantero para identificar áreas de mejora en sus procesos productivos. *OmniaScience*. 9 (1), 153-183

Pérez, M. (2008). *Gestión del conocimiento en las organizaciones*. Editorial Trea, España

Quijano R., Arguelles L. y Fajardo M. (2016). Autoevaluación de prácticas de liderazgo en mipymes turísticas de Campeche, México. *Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial*. 2, (6) pp. 56-70.

Quijano R., Arguelles L., Medina F. y Fajardo M. (2017). Cultura organizacional en mipymes turísticas de Campeche, México. *Revista Internacional de Administración y Finanzas*. 10, (4) pp. 91-102.
Secretaría de Turismo (2018). Información económica. www.sectur.gob.mx

Simaro, J., Tonelli, O., Carús, L. (2012) Gestión de intangibles en pymes turísticas. Un caso de aplicación de las directrices Meritum. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 21, pp. 249-269.

BIOGRAFIA

Román Alberto Quijano García es Doctor en Gestión Estratégica y Políticas de Desarrollo por la Universidad del Mayab. Profesor investigador de tiempo completo adscrito al área de Finanzas. Se puede contactar en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Campeche Av. Agustín Melgar S/N Col. Buenavista CP. 24039 Campeche, Campeche.

Luis Alfredo Arguelles Ma es Doctor en Gestión Estratégica y Políticas de Desarrollo por la Universidad del Mayab. Profesor investigador de tiempo completo adscrito al área de Costos. Se puede contactar en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Campeche Av. Agustín Melgar S/N Col. Buenavista CP. 24039 Campeche, Campeche.

Fernando Medina Blum es Maestro en Alta Dirección por la Universidad del Mayab. Profesor investigador de tiempo completo adscrito al área de Mercadotecnia. Se puede contactar en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Campeche Av. Agustín melgar S/N Col. Buenavista CP. 24039 Campeche, Campeche

Deneb Elí Magaña Medina es Doctora en Administración por la Universidad del Mayab. Profesora investigadora de tiempo completo adscrita al área de Comportamiento organizacional. Se puede contactar en la División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco Av. Universidad S/N Zona de la Cultura Magisterial, Villahermosa.

ANÁLISIS COSTO BENEFICIO DE LA ATENCIÓN DEL RIESGO DE TRABAJO EN EL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

Flor de María Tavera Ramírez, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México
Virginia Hernández Silva, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México
María Isabel Escobedo López, Universidad Nacional de Educación a Distancia, España

RESUMEN

Ante la inquietud de 37 empresarios sobre la conveniencia de atender un riesgo de trabajo sin dar aviso al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) para evitar el incremento de la prima de riesgo de trabajo, se realiza esta investigación donde se establece la relación costo-beneficio entre el aumento del costo del seguro de riesgo de trabajo y los beneficios económicos que el IMSS cubre por cuenta del patrón al configurarse el riesgo amparado. En primer lugar, se encontró que la prima de riesgo de trabajo no aumenta de manera automática por configurarse un riesgo, existiendo casos donde disminuye. En segundo lugar se estableció la relación Costo-Beneficio en el supuesto de 90 días de incapacidad, encontrando que una de las empresas no vio aumentada su prima, en 28 de las 36 restantes la relación costo-beneficio fue superior a uno, concluyendo de manera directa que para 29 de las empresas analizadas resulta más económico para el patrón que el trabajador sea atendido a través del IMSS y sea éste quien lo sustituya en el pago de las prestaciones económicas a pesar del aumento del costo del seguro de riesgo de trabajo para el siguiente año.

PALABRAS CLAVE: Análisis Costo-Beneficio, Riesgo de Trabajo, Seguridad Social

COST BENEFIT ANALYSIS OF LABOR RISK ATTENTION IN THE MEXICAN INSTITUTE OF SOCIAL SECURITY

ABSTRACT

There exists convenience of addressing work risks without notifying the Mexican Social Security Institute (IMSS) to avoid the increase in the risk of work premium. Some 37 Mexican companies participated in this study. The cost-benefit relationship is established between increases in the cost of work risk insurance and the economic benefits the IMSS covers for the employer when a risk is covered. We found the work risk premium does not increase automatically because risk is configured. Indeed, there are cases where it decreases. Second, the Cost-Benefit relationship was established in the case of 90 days of disability, finding that one of the companies did not see its premium increased. In 28 of the remaining 36 the cost-benefit ratio was greater than one. For 29 of the companies analyzed, it is more economical for the employer to utilize IMSS despite the increase in cost of work risk insurance for the following fiscal period.

JEL: H55, J32, D61

KEYWORDS: Cost-benefit Analysis, Occupational Risk, Social Security

INTRODUCCIÓN

La realización de cualquier actividad laboral conlleva riesgos de trabajo, aun cuando se adopten las medidas de seguridad e higiene adecuadas. En la legislación mexicana el patrón es el responsable de los riesgos de trabajo que sufran sus empleados, debiendo otorgarle atención médica y económica, el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) sustituye al patrón en todas las obligaciones contraídas a través del Seguro de Riesgos de Trabajo, siempre y cuando el trabajador haya estado registrado en el régimen obligatorio del seguro social. La prima sobre la cual el patrón paga el Seguro de Riesgos de Trabajo se fija, de inicio, en función de la actividad que realiza la empresa y, posteriormente, cada año se revisa la siniestralidad ocurrida para determinar una nueva prima que, de no haberse configurado riesgos de trabajo, disminuye un punto porcentual, o, dependiendo del índice de frecuencia y gravedad de dichos riesgos, se podría aumentar hasta un punto porcentual. Ante el posible aumento de prima del seguro de riesgos de trabajo algunos patrones tienen la idea de que resulta más barato atender a los trabajadores fuera del IMSS cubriendo ellos directamente los gastos de atención médica y sueldo por días de incapacidad, ocultando el siniestro a las autoridades laborales y de Seguridad Social, a pesar del riesgo que obtienen de ser sancionados por las autoridades laborales al ocultar un accidente o enfermedad de trabajo.

El presente trabajo es de naturaleza profesional y de utilidad práctica ya que toma datos de empresas con distintos supuestos de riesgos de trabajo para establecer una relación costo beneficio que otorgue una herramienta para la toma de decisión del patrón sobre atender los riesgos de trabajo a través del IMSS, como lo establece la legislación mexicana, o hacerlo a través de otras instituciones y cubrir él de manera directa las obligaciones contraídas con los trabajadores siniestrados. El presente estudio está organizado como sigue: en primer lugar se analiza en cuáles de los 5 supuesto planteados (1, 10, 30, 90 días de incapacidad del trabajador y 1 defunción) aumenta la prima de riesgo de trabajo para elegir un umbral en el cual la mayoría de las empresas vean aumentada la prima, posteriormente se realiza un análisis costo beneficio entre el costo por el aumento de la prima y las prestaciones económicas que el IMSS cubre al trabajador sustituyendo al patrón en la obligación de hacerlo, finalmente se corre prueba de hipótesis adecuada a los datos manejados para poder verificar la hipótesis.

REVISIÓN DE LITERATURA

A través del Análisis Costo-Beneficio estudiado por Escobar & Cuartas, (2006); Cohen & Franco, (2006); Cellini & Kee, (2010, 2015); Gümüs, E. (2001) Gümüs (2006); Sustein (2014) se establece la relación existente entre el costo que genera el aumento de la prima de riesgo de trabajo y el monto económico que el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) cubre al trabajador siniestrado sustituyendo al patrón en su obligación, de acuerdo con la Teoría del Riesgo Social, (Ledezma, 2003; García Maldonado, 2016; Jara, 2007; Rojas & Mainieri, 2008; Ortega, 2015) que permite que el patrón se deslinde de la responsabilidad que le impone la legislación del trabajo, a través del pago de un seguro, distribuyendo así los recursos de toda una colectividad para hacer frente a la reparación del riesgo amparado, de esta manera el pago de las cuotas de Seguridad Social son un mecanismo para transferir riesgos, ya que el IMSS sustituye al patrón en todas sus responsabilidades a cambio de las cuotas pagadas por el patrón. Literatura que cuantifica la relación costo-beneficio de las inversiones en promoción de la salud dentro de la empresa: (Goetzl & Ozminkowski, 2008) (Bräuning & Kohstall, 2013) encuentran en la relación costo beneficio por la prevención un efecto microeconómico que beneficia a la empresa (Bräunig & Kohstall, 2011), concluyen una relación de beneficios sobre costos de 2.2. Si bien dichos estudios no han sido realizados en México son precedente de análisis costo beneficio en este tema.

METODOLOGÍA

Se realiza análisis de los datos obtenidos con información proporcionada por 37 empresas pertenecientes a la una muestra dirigida no probabilística, ya que su objetivo es determinar la relación costo-beneficio únicamente en las empresas observadas.

La hipótesis a verificar es la siguiente: El beneficio económico que el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) entrega al trabajador siniestrado en sustitución de la obligación del patrón, es superior al incremento del costo del seguro de riesgo de trabajo derivado del aumento de la prima de riesgo. Para cada empresa se determinó el comportamiento de la prima de riesgo de trabajo con motivo de siniestralidad (Tabla 1), calculando la prima de riesgo de trabajo con base a 6 distintos supuestos de siniestralidad: sin riesgos de trabajo, con riesgos de trabajo que generaron 1, 10, 30 y 90 días de incapacidad para el trabajador y con riesgo de trabajo que produjo la defunción de un trabajador.

Tabla 1: Comportamiento de la Prima de Riesgo de Trabajo con Motivo de la Siniestralidad

Empresa	Prima 2016	Prima Sin Riesgo 2017	Prima 2017 Con Riesgo Subsidiado de 1 Día de Incapacidad	Prima 2017 Con Riesgo Subsidiado de 10 Días de Incapacidad	Prima 2017 Con Riesgo Subsidiado de 30 Días de Incapacidad	Prima 2017 Con Riesgo Subsidiado de 90 Días de Incapacidad	Prima 2017 Con Riesgo Subsidiado de 1 Defunción
E1	0.5000	0.5000	0.5339	0.8388	1.5000	1.5000	1.5000
E2	0.8087	0.5000	0.5012	0.5116	0.5347	1.8087	1.8087
E3	0.5000	0.5000	1.2462	1.5000	1.5000	1.5000	1.5000
E4	2.5984	1.5984	1.5984	1.5984	3.0206	3.5984	3.5984
E5	0.8406	0.5000	0.5332	0.8317	1.5002	1.8406	1.8406
E6	3.5107	2.5107	2.5107	2.5107	2.5107	4.5107	4.5107
E7	2.5000	1.5000	1.5000	1.5000	1.5000	2.4624	3.5000
E8	4.6533	3.6533	3.6533	3.6533	3.6533	5.6533	5.6533
E9	0.5202	0.5000	0.7173	1.5202	1.5202	1.5202	1.5202
E10	0.5000	0.5000	0.5069	0.5689	0.7068	1.1212	1.5000
E11	5.1425	4.1425	4.1425	4.1425	4.1425	6.0600	6.1425
E12	6.5888	5.5888	5.5888	5.5888	7.5888	7.5888	7.5888
E13	2.5984	1.5984	1.5984	1.6669	3.5984	3.5984	3.5984
E14	0.5000	0.5000	0.5165	0.6654	0.9962	1.9369	1.9369
E15	0.5888	0.5000	0.5150	0.6500	0.9501	1.5890	1.5890
E16	2.5888	1.5888	1.5888	1.5890	1.9654	3.5888	3.5888
E17	0.5888	0.5888	0.5888	0.5983	0.7954	1.3875	2.5888
E18	5.5888	4.5888	4.5888	4.5888	4.5888	6.5888	6.5888
E19	1.5000	0.5000	0.5525	1.0295	2.0886	2.5000	2.5000
E20	2.5888	1.5888	1.5888	1.5888	2.0886	3.5888	3.5888
E21	1.1307	0.5000	0.5618	1.1178	2.1307	2.1307	2.1307

Tabla 1: Comportamiento de la Prima de Riesgo de Trabajo con Motivo de la Siniestralidad (Continua)

Empresa	Prima 2016	Prima Sin Riesgo 2017	Prima 2017 Con Riesgo Subsidiado de 1 Día de Incapacidad	Prima 2017 Con Riesgo Subsidiado de 10 Días de Incapacidad	Prima 2017 Con Riesgo Subsidiado de 30 Días de Incapacidad	Prima 2017 Con Riesgo Subsidiado de 90 Días de Incapacidad	Prima 2017 Con Riesgo Subsidiado de 1 Defunción
E22	2.5984	1.5984	1.5984	1.7860	3.5984	3.5984	3.5984
E23	7.5888	6.5888	6.5888	6.5888	6.5888	8.5888	8.5888
E24	2.5984	1.5984	1.5984	3.5984	3.5984	3.5984	3.5984
E25	0.5984	0.5000	0.6050	1.5984	1.5984	1.5984	1.5984
E26	1.1307	0.5000	0.6000	1.5002	2.1307	2.1307	2.1307
E27	0.5000	0.5000	0.6050	1.5000	1.5000	1.5000	1.5000
E28	2.5984	1.5984	1.5984	2.0753	3.5984	3.5984	3.5984
E29	6.5888	5.5888	5.5888	5.5888	5.5888	7.5888	7.5888
E30	2.1020	1.1020	1.1020	1.5680	3.1020	3.1020	3.1020
E31	1.5888	0.5888	0.5888	0.9668	1.9003	2.5888	2.5888
E32	0.5000	0.5000	0.5788	1.2976	1.5000	1.5000	1.5000
E33	3.5888	2.5888	2.5888	2.5888	2.5888	3.2135	4.5888
E34	0.5000	0.5000	0.5716	1.2243	1.5000	1.5000	1.5000
E35	7.5888	6.5888	6.5888	6.5888	6.5888	7.0187	8.5888
E36	7.5888	6.5888	6.5888	6.5888	6.5888	7.0187	8.5888
E37	6.5888	5.5888	5.5888	5.5888	5.5888	5.5888	7.5888

En la Tabla 1 la columna “Empresa” contiene nombres genéricos de las empresas estudiadas, “Prima 2016” representa la prima de riesgo laboral con la que la empresa cotizó en el año 2016; la “Prima sin Riesgo 2017”, la prima de riesgo laboral para el año 2017 en caso de no haber siniestros durante el año previo; las columnas de “n días de incapacidad”, con 1, 10, 30 y 90 días representan la prima de riesgo laboral en caso de que el incidente hubiese resultado en incapacidad de tantos días; “1 defunción” representa la prima en el caso de que hubiese habido una defunción reportada durante el año previo. Fuente: Elaboración propia.

Una vez ubicado que 36 de las 37 empresas ven incrementada su prima de riesgo de trabajo en el supuesto de 90 días subsidiados por incapacidad se realiza el cálculo de cuotas obrero patronales de seguridad social para el ejercicio 2017, primero con la prima sin riesgo 2017, supuesto en el cual la prima de riesgo de trabajo disminuye, y posteriormente con la prima con riesgo subsidiado de 90 días de incapacidad, supuesto en el cual la prima de riesgo de trabajo aumenta, para entonces obtener la variable: Costo, que se lleva a valor presente al periodo 0 para que su valor pueda ser comparado al de la variable Beneficio, aplicando la tasa de descuento del 3% sugerida por (Gümüs, 2006) (Cellini & Kee, 2015) y (Sunstein, 2014). La variable Beneficio se obtuvo multiplicando el número de días subsidiados por incapacidad por el Salario Base de Cotización (SBC) de un trabajador seleccionado aleatoriamente en la empresa, bajo el supuesto de que es dicho trabajador quien sufre el riesgo y, por lo tanto, debe percibir su sueldo íntegro durante los 90 días en que estuvo incapacitado para trabajar. Una vez que se definieron los conceptos de las variables: Costo y Beneficio, se establece la Relación Costo Beneficio (RCB), [1]

$$RCB = \frac{VPB}{VPC} = \frac{SBC \cdot n}{\frac{(\sum_{t=1}^{12} CRTP_1) - (\sum_{t=1}^{12} CRTP_2)}{(1+3\%)^t}} \tag{1}$$

En donde:

RCB = Relación Costo Beneficio,

VPB = el Valor Presente del Beneficio, es el subsidio económico que otorga el IMSS al trabajador afectado por el número de días de incapacidad

SBC = Salario base de cotización del trabajador afectado por día n = número de días subsidiados por incapacidad temporal por riesgo de trabajo; valor constante igual a 90

VPC = Valor Presente del Costo: Aumento del costo entre las cotizaciones de 2017 con la prima sin riesgo de trabajo (prima reducida) y con subsidio por incapacidad de 90 días (prima aumentada)

$CRTP_1$ = Cuotas por riesgo de trabajo de todos los trabajadores (año 2017) calculada con prima aumentada en 1% con relación a la prima del año anterior (año 2016)

$CRTP_2$ = Cuotas por riesgo de trabajo de todos los trabajadores (año 2017) calculada con prima disminuida en 1% con relación a la prima del año anterior (año 2016) t = periodos mensuales calculados, desde período 1 hasta período 12 año 2017

La aplicación de la fórmula contenida en la ecuación [1] genera la RCB para cada empresa observada, cuyo resultado se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2: Relación Costo Beneficio Por Empresa

Empresa	SBC Trabajador Afectado	VPB A Valor Periodo 0. Subsidio Económico Que Otorgó el IMSS al Trabajador Con Motivo del Riesgo de Trabajo	VPC Aumento del Costo Entre las Cotizaciones de 2016 Con la Prima Reducida y Aumentada	RCB = VPB/VPC
E1	251.02	22,591.80	11,623.82	1.94
E2	536.90	48,321.00	76,737.91	0.63
E3	81.27	7,314.72	1,507.18	4.85
E4	71.37	6,423.30	3,524.83	1.82
E5	174.36	15,692.40	20,050.35	0.78
E6	120.00	10,800.00	13,180.58	0.82
E7	85.00	7,650.00	7,106.02	1.08
E8	80.00	7,200.00	5,783.30	1.24
E9	104.52	9,406.80	4,078.57	2.31
E10	400.00	36,000.00	31,829.31	1.13
E11	140.58	12,652.20	12,005.27	1.05
E12	130.00	11,700.00	8,201.57	1.43
E13	100.00	9,000.00	19,866.12	0.45
E14	248.34	22,350.60	43,247.48	0.52
E15	125.42	11,287.80	20,166.28	0.56
E16	134.38	12,094.20	14,143.22	0.86
E17	160.00	14,400.00	16,781.28	0.86

Tabla 2: Relación Costo Beneficio Por Empresa (Continua)

Empresa	SBC Trabajador Afectado	VPB A Valor Periodo 0. Subsidio Económico Que Otorgó el IMSS al Trabajador Con Motivo del Riesgo de Trabajo	VPC Aumento del Costo Entre las Cotizaciones de 2016 Con la Prima Reducida y Aumentada	RCB = VPB/VPC
E18	190.00	17,100.00	14,736.01	1.16
E19	150.00	13,500.00	11,082.99	1.22
E20	282.20	25,398.00	16,336.97	1.55
E21	100.26	9,023.40	5,457.11	1.65
E22	83.66	7,529.40	4,150.39	1.81
E23	104.52	9,406.80	5,161.11	1.82
E24	152.92	13,762.80	6,762.21	2.04
E25	100.00	9,000.00	3,995.79	2.25
E26	125.42	11,287.80	4,534.22	2.49
E27	122.76	11,048.40	4,381.29	2.52
E28	83.66	7,529.40	2,964.56	2.54
E29	83.66	7,529.40	2,964.51	2.54
E30	124.80	11,232.00	3,848.98	2.92
E31	194.10	17,469.00	5,827.81	3.00
E32	190.23	17,120.70	5,552.05	3.08
E33	210.14	18,912.60	5,562.20	3.40
E34	206.29	18,566.10	5,224.48	3.55
E35	119.46	10,751.00	2,117.59	5.08
E36	223.67	20,130.30	3,028.41	6.65
E37	104.66	9,419.40	-	-

En esta tabla la columna "Empresa" representa el nombre genérico de las empresas estudiadas; la columna SBC representa el Salario Base de Cotización del trabajador afectado, la columna "VPB" representa el valor presente del beneficio: el subsidio que otorga el IMSS al trabajador afectado, calculado al periodo 0; "VPC" representa el valor presente de los costos resultado de la comparación entre las cotizaciones con la prima disminuida y aumentada, descontado al periodo 0 la columna RCB representa la relación o razón costo-beneficio, calculada con la fórmula $RCB = VPB / VPC$, en donde VPB = valor presente y VPC es el valor del costo descontado al periodo 0. Fuente: Elaboración propia.

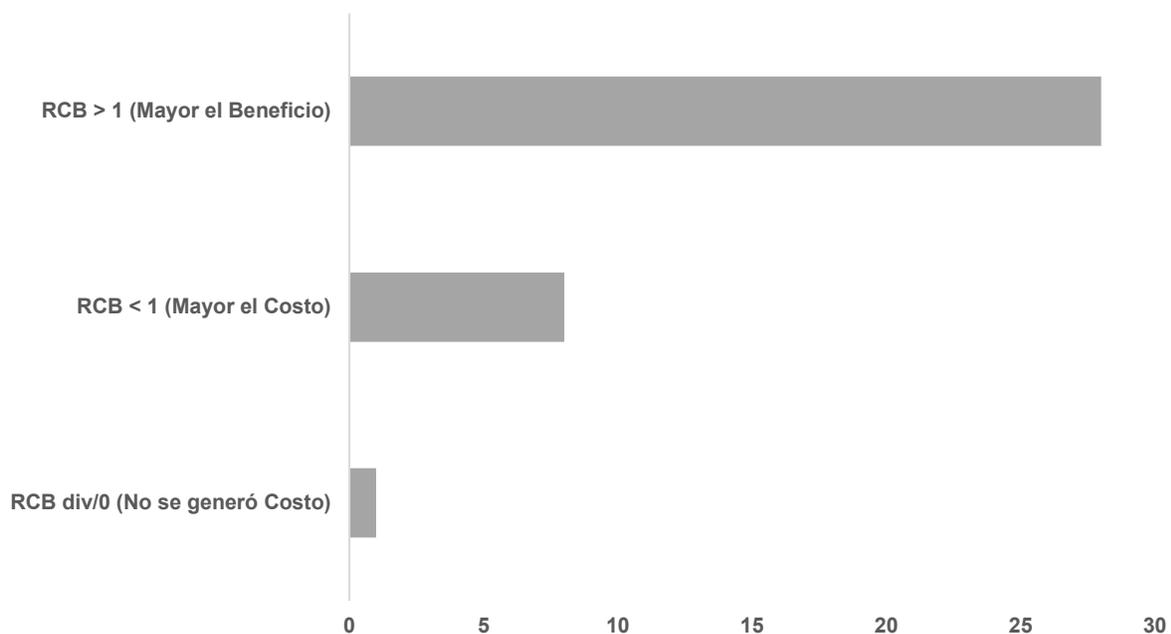
RESULTADOS

Para analizar los resultados se utiliza estadística inferencial, corriendo prueba de hipótesis sobre 36 de las 37 empresas analizadas a través de estadística no paramétrica dada la distribución de los resultados, seleccionando como prueba de hipótesis la prueba de los signos. En este espacio se refiere el análisis que se siguió para la obtención de los resultados para posteriormente, en el espacio de conclusiones confrontar los mismos contra la literatura revisada. El primer resultado que se obtiene es que la prima de riesgo de trabajo derivada de la revisión de la siniestralidad de las empresas durante el año siniestrado (2016) no aumenta para el siguiente ejercicio (2017) por el hecho de haber tenido un riesgo de trabajo, dado que el aumento de la prima de riesgo de trabajo se calcula en función del índice de frecuencia y gravedad del riesgo, así como del número de trabajadores promedio expuestos al riesgo cuando las consecuencias del riesgo son mínimas (un solo día de incapacidad) prima de riesgo de trabajo incluso puede verse disminuida, se observa que en el supuesto de un solo día subsidiado por incapacidad por riesgo de trabajo la prima de

riesgo de trabajo bajó en 22 de las 37 empresas estudiadas. (Gérard & Corona, 2017) En el supuesto de que el riesgo de trabajo tuviera como consecuencia el fallecimiento del trabajador, la totalidad de las primas de riesgo de trabajo de las empresas se vieron aumentadas dada la gravedad que supone un evento de esa magnitud, sin embargo, dicho aumento por disposición expresa de ley únicamente es de un punto porcentual con relación a la prima del año siniestrado. Por lo tanto, una vez que la empresa tiene riesgos de trabajo que generen aumento de prima, un nuevo accidente o enfermedad de trabajo no generará mayor incremento en dicha prima. (LSS, 2015) Tomando el escenario de 90 días de incapacidad, una de las 37 empresas estudiadas presentó disminución en su prima, por lo tanto, la atención de su riesgo de trabajo en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) no aumenta el costo del seguro para el siguiente año, al ser cero la variable costo, no se obtiene Relación Costo Beneficio (RCB) en dicha empresa, por lo tanto, se excluye del análisis Costo Beneficio.

La RCB determinada para las 36 empresas que vieron aumentada su prima de riesgo de trabajo en el supuesto de 90 días de subsidio por incapacidad, resulta mayor a uno en 28 empresas, (Figura 1), lo que indica que para éstas resulta más económico que el IMSS sustituya al patrón en las prestaciones en dinero a que está obligado a pagar al trabajador accidentado, a pesar del aumento del costo del seguro de riesgo de trabajo por el aumento de la prima de riesgo de trabajo. (Tabla 3).

Figura 1: Empresas Por Resultado de Relación Costo Beneficio (RCB)



En la figura 1 se muestra de manera gráfica los resultados de la Relación Costo Beneficio (RCB) para las 37 empresas estudiadas, de las cuales en 1 no se generó costo ya que la prima de riesgo de trabajo no aumentó para el siguiente año en el escenario estudiado de 90 días de subsidio por incapacidad, por lo tanto su división entre cero en la RCB la excluye de la prueba de hipótesis, 28 empresas obtuvieron una RCB mayor a 1 lo que significa que es mayor el beneficio que el costo y 8 empresas tuvieron una RCB menor a 1 lo que implica que es mayor el costo que el beneficio. Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Estadísticos Descriptivos Relación Costo Beneficio (RCB)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
MAYOR BENEFICIO	28	77.8	77.8	77.8
MAYOR COSTO	8	22.2	22.2	100.0
Total	36	100.0	100.0	

De las 36 empresas cuya prima de riesgo de trabajo aumentó en el escenario de 90 días de incapacidad por riesgo de trabajo, se presentan los estadísticos descriptivos de la Relación Costo Beneficio (RCB), los cuales arrojan como resultados para 28 de las 36 empresas la RCB es superior a uno, lo que indica que son mayores los beneficios por atender al trabajador en el IMSS que los costos que genera el aumento de su prima de riesgo de trabajo para el siguiente año, lo cual representa un 77.80% de las empresas observadas, mientras que 8 empresas muestran una RCB inferior a uno, lo que indica que es mayor el costo por el aumento de la prima de riesgo de trabajo para el siguiente año, que el beneficio cubierto por el IMSS del pago de subsidio al trabajador siniestrado durante 90 días. Fuente: Elaboración propia.

Una vez obtenidos los datos de estadística descriptiva (Tabla 3) se procede a realizar una prueba de hipótesis, las Hipótesis Nula y de Investigación son las siguientes:

Hipótesis nula (H0), [2]

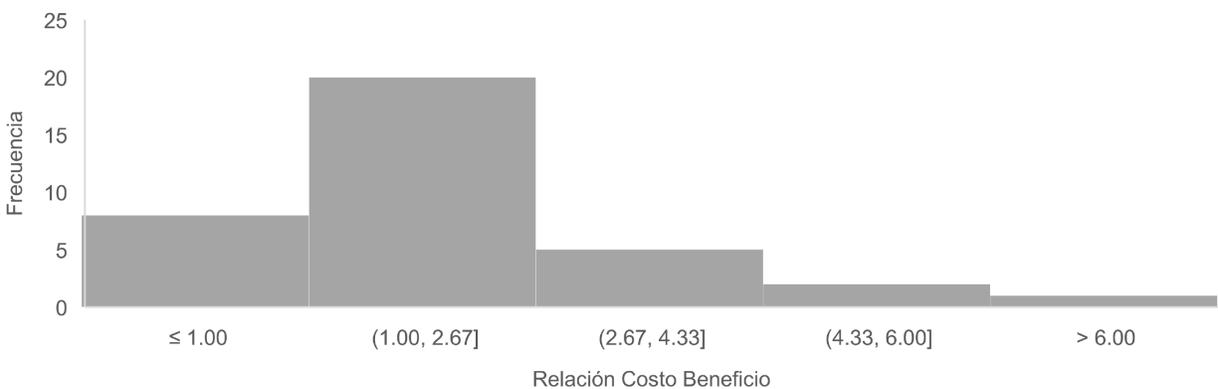
$$H_0: RCB < 1 \tag{2}$$

La Relación Costo Beneficio (RCB) por atender a un trabajador por riesgo de trabajo a través del IMSS es menor a 1: los beneficios que cubre el IMSS al trabajador por concepto de incapacidad temporal son inferiores al aumento de costo de cuotas patronales derivados del aumento de la prima de riesgo de trabajo. Hipótesis de investigación (H1) [3]

$$H_1: RCB \geq 1 \tag{3}$$

La Relación Costo Beneficio (RCB) por atender a un trabajador por riesgo de trabajo a través del IMSS es mayor o igual a 1: los beneficios que cubre el IMSS al trabajador por concepto de incapacidad temporal son mayores al aumento de costo de cuotas patronales derivados del aumento de la prima de riesgo de trabajo. Los datos de la relación costo beneficio (RCB) mayor o menor a uno presentan una distribución asimétrica con sesgo positivo (Figura 2), su nivel de significancia con la prueba Shapiro-Wilk resultó en 0.001 (Tabla 4)

Figura 2: Histograma de Frecuencias Relación Costo Beneficio



En esta figura se presenta la gráfica del Histograma de Frecuencias de la Relación Costo Beneficio para 36 empresas que vieron incrementada su prima de riesgo de trabajo en el escenario de 90 días de subsidio por incapacidad de riesgo de trabajo, los cuales presentan una media de 2.04 y una desviación estándar de 1.383. Se aprecia que los datos presentan una distribución asimétrica con sesgo positivo por lo que se procede a realizar prueba de normalidad para menos de 50 datos. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4: Prueba de Normalidad

Shapiro-Wilk			
	Estadístico	gl	Sig.
RCB	0.872	36	0.001

Se realiza la prueba de normalidad a los resultados de la Relación Costo Beneficio (RCB) mostrado en la Tabla 2 por empresa, eliminando 1 empresa de las 37 observadas ya que dicha empresa no presentó aumento de prima de riesgo de trabajo en el escenario de 90 días de subsidio por incapacidad, teniendo entonces 36 empresas para las que se determinó la RCB, dicha muestra presenta una distribución asimétrica con sesgo positivo, en la prueba de normalidad para una muestra menor a 50 datos Shapiro Wilk su nivel de significancia resultó de 0.001, por lo tanto, se utiliza estadística no paramétrica para su estudio. Fuente: Elaboración propia.

Toda vez que los datos de la muestra no presentan una distribución normal se utiliza estadística no paramétrica para su estudio: Prueba de Signo para una muestra que al arrojar Z calculada de 3.1666 mostrada en la ecuación [4] mayor a Z crítica para una cola (2.33) con un intervalo de confianza del 99% por lo tanto, se rechaza la Hipótesis Nula [2] y se acepta la Hipótesis Alternativa [3], concluyendo que: la Relación Costo Beneficio por atender a un trabajador por riesgo de trabajo a través del IMSS es mayor o igual a 1: los beneficios que cubre el IMSS al trabajador por concepto de incapacidad temporal son mayores al aumento de costo de cuotas patronales derivados del aumento de la prima de riesgo de trabajo.

$$Z = \frac{X - N \cdot P}{\sqrt{N \cdot P \cdot Q}} = \frac{27.5 - 36 \cdot 0.5}{\sqrt{36 \cdot 0.5 \cdot 0.5}} = 3.166 \tag{4}$$

Ecuación cálculo Z, prueba de los signos para una muestra, en donde:

Z= Z calculada N= número total de pruebas (número de empresas observadas con RCB = 36)

P= representa una relación porcentual de probabilidad óptima, se tienen dos casos posibles = 0.5

Q= representa una relación porcentual de probabilidad óptima, se tienen dos casos posibles = 0.5

X= número de pruebas positivas (número de empresas cuya relación costo beneficio es mayor a uno = 28), menos P (0.5) = 27.5

CONCLUSIONES

Se estudió una muestra no probabilística de 37 empresas de las cuales se obtuvo la relación costo –beneficio entre el aumento del costo de la prima de riesgo de trabajo por haber tenido un siniestro que tuvo como consecuencia 90 días de incapacidad de un trabajador seleccionado de manera aleatoria en cada una de las empresas contra el monto de los 90 días de subsidio económico que el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) debió pagar directamente al trabajador sustituyendo al patrón en la obligación de realizarlo. Los resultados de la relación costo beneficio se analizaron a través de estadística inferencial corriendo prueba de hipótesis del signo y dando como resultado la aceptación de la hipótesis de investigación permitiendo concluir que para la muestra presentada los beneficios que cubre el IMSS al trabajador por concepto de incapacidad temporal son mayores al aumento de costo de cuotas patronales derivados del aumento de la prima de riesgo de trabajo, dado que la Relación Costo Beneficio por atender a un trabajador por riesgo de trabajo a través del IMSS es mayor o igual a 1. Comparando este estudio con los revisados en la literatura se concuerda con los datos arrojados por (Goetzel & Ozminowski, 2008) (Bräuning & Kohstall, 2013) (Bräuning & Kohstall, 2011) ya que los beneficios son superados por los costos. Este estudio contribuye a fortalecer la teoría del riesgo social sostenida por (Ledezma, 2003; García Maldonado, 2016; Jara, 2007; Rojas & Mainieri, 2008; Ortega, 2015) al comprobarse que el aseguramiento de los trabajadores constituye un medio efectivo para transferir riesgos. Esta investigación contribuye a la literatura ya que es el primer análisis costo-beneficio que se realiza desde la perspectiva microeconómica del empresario para evaluar el beneficio que le brinda hacer uso de los servicios del IMSS a pesar del aumento del costo que esto representa en la prima de riesgo de trabajo. Se propone como futura línea de investigación se incluya en la cuantificación de beneficios las prestaciones en especie que se otorgarían al trabajador siniestrado.

REFERENCIAS

- Cellini, R., & Kee, E. (2015). Handbook of Practical Program Evaluation. K. Newcomer, H. Hatry, & J. Wholey, Cost-Effectiveness and Cost-Benefit Analysis. NJ, USA: Wiley.
- Cellini, S., & Kee, R. (2010). Cost-Effectiveness and Cost-Benefit Analysis. W. Joseph S, H. Hatry, & K. Newcomer, Handbook of Practical Program Evaluation (págs. 493-530). San Francisco CA.
- Cohen, E., & Franco, R. (2006). Evaluación de Proyectos Sociales. México: Siglo XXI Editores.
- Escobar, H., & Cuartas, V. (2006). Diccionario Económico Financiero. Medellín, Colombia: Universidad de Medellín.
- García Maldonado, O. (2016). Teoría y práctica de la Seguridad Social. Guadalajara Jalisco: Universidad de.
- Gümüs, E. (2001). Benefit-Cost Analysis of Turkish Social Security Reform Proposals. Oklahoma: Oklahoma State University.
- Gümüs, E. (2006). Benefit-Cost Analysis of Reforming the Turkish Social Insurance Institution for the Self-Employed. METU Studies in Development. Número 33 (December) Munich Personal RePEc Archive, Paper No. 42108 recuperado de: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/42108/> pp169-206.
- Jara, M. (2007). Los Accidentes de Trabajo en el Ecuador y la Responsabilidad Patronal (Disertación Doctoral) Cuenca, Ecuador Universidad del Azay.
- Ledezma, J. S. (2003). La Teoría de la Seguridad Social. Obtenido de Colegio de Contadores Públicos de Querétaro Guadalajara: <http://www.ccpq.com.mx/PDF/Publicaciones/AportacionesSocios/JC-046-REVELE-03-LEDEZMAMARTINEZ-3.pdf>
- Ortega, A. (2015). Teorías sobre la Imputación de la Responsabilidad en la Reparación de los Siniestros Profesionales. Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales. No. 28 (abril-junio 2015) Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/ccss/2015/02/siniestros-profesionales.html> Rojas, E., & Mainieri, T. (2008). Reconocimiento del Daño Moral en los Riesgos del Trabajo, Tesis de Licenciatura en Derecho. Universidad de Costa Rica.
- Sunstein, C. (2014). The Real World of Cost-Benefit Analysis: Thirty-Six Questions (And Almost as Many Answers). Columbia Law Review, Vol. 114, pp 5-56.

AGRADECIMIENTOS

Las autoras agradecen las observaciones de los dictaminadores de la Revista Internacional de Administración & Finanzas. Flor de María Tavera Ramírez y Virginia Hernández Silva reconocen el apoyo recibido por parte del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México para la realización de esta investigación.

BIOGRAFÍA

Flor de María Tavera Ramírez es Maestra en Fiscal por la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, actualmente cursa el Doctorado en Administración en la misma universidad siendo becaria de Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología en México.

Virginia Hernández Silva es Doctora en Ciencias por el Centro de Investigación y Desarrollo del Estado de Michoacán, Profesor Investigador Titular “C” de Tiempo completo en la Facultad de Contaduría y Ciencias Sociales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores en México, siendo Investigadora Nacional Nivel I.

María Isabel Escobedo López es Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Nacional de Educación a Distancia calificación apto “Cum Laude” por unanimidad, premio Trabajo y Seguridad Social 1989 para tesis doctorales, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Profesora Titular de Universidad del Departamento de Teoría Económica y Economía Matemática, Universidad Nacional de Educación a Distancia, España.

VALOR PERCIBIDO POR EL EMPLEADO SOBRE SU SATISFACCIÓN LABORAL

Cristina del Pilar López Saldaña, Universidad Autónoma de Coahuila-México
Adriana Guadalupe Chávez Macías, Universidad Autónoma de Coahuila-México
Maricela Carolina Peña Cárdenas, Universidad Autónoma de Coahuila-México
Juanita Lizeth Guevara Garza, Universidad Autónoma de Coahuila-México

RESUMEN

El resultado entre la comparación de los beneficios percibidos y los sacrificios realizados, se convierte en el valor percibido por el empleado el cual tiene influencia sobre la satisfacción laboral. La organización efectiva, se preocupa porque el nivel de valor percibido en cuanto a la satisfacción laboral sea elevado, el cual se puede lograr a través de brindarle al trabajador motivos e inspiraciones tanto internas como externas de la organización. El objetivo de esta investigación se basó en identificar el nivel del valor percibido sobre la satisfacción laboral de los empleados del sector comercial de Monclova, Coahuila, utilizando una metodología cuantitativa, descriptiva y transversal. Los resultados demuestran que las variables que presentan relación más fuerte son la motivación con las compensaciones y la motivación con la participación. Lo que permite concluir que estos son aspectos que la empresa siempre debe tomar en cuenta para que el valor percibido de los trabajadores en cuanto a la satisfacción laboral no disminuya.

PALABRAS CLAVE: Motivación, Compensaciones, Participación, Satisfacción Laboral

VALUE PERCEIVED BY THE EMPLOYEE ON JOB SATISFACTION

ABSTRACT

The result between the comparison of the perceived benefits and the sacrifices made, becomes the value perceived by the employee which has an influence on job satisfaction. The effective organization is concerned because the level of perceived value in terms of job satisfaction is high, which can be achieved through providing the worker with motives and inspirations both internal and external to the organization. The objective of this research was based on identifying the level of perceived value on job satisfaction of employees in the commercial sector of Monclova, Coahuila, using a quantitative, descriptive and cross-sectional methodology. The results show that the variables with the strongest relationship are motivation with compensation and motivation with participation. What allows us to conclude that these are aspects that the company must always take into account so that the perceived value of workers in terms of job satisfaction does not decrease.

JEL: M3

KEYWORDS: Motivation, Compensation, Participation, Job Satisfaction

INTRODUCCIÓN

Es natural que un trabajador, aprecie las retribuciones que recibe de la empresa por la prestación de su servicio, y el resultado entre la comparación de los beneficios percibidos y los sacrificios realizados, se convierte en el valor percibido por el empleado. Este valor, tiene influencia sobre la satisfacción laboral, es decir la disposición psicológica de la persona hacia su trabajo. Atalaya, M.C. (1999) “Las teorías humanistas sostienen que el trabajador más satisfecho es aquel que satisface mayores necesidades psicológicas y sociales en su empleo y, por tanto, suele poner mayor dedicación a la tarea que realiza. Una elevada satisfacción de los empleados en el trabajo es algo que siempre desea la dirección de toda organización, porque tiende a relacionarse con los resultados positivos, con mayores índices de productividad, lo cual lleva al desarrollo empresarial”. Un aspecto relevante en la percepción del empleado en cuanto a su satisfacción laboral es que los trabajadores tienden a preferir puestos que les brinden oportunidades de aplicar sus habilidades y capacidades y ofrezcan una variedad de tareas, libertad y retroalimentación sobre qué tan bien lo están haciendo. En el 2010, (p. 49) Alexandra Tabash, Méndez, menciona: “Toda persona, desde su nacimiento y a través de sus etapas de desarrollo humano, adquiere habilidades y destrezas no solo por un motivo propiamente físico. “Aunado a esto generalmente el ser humano va superando cada etapa de su vida motivado y/o estimulado por quienes le rodean. A toda persona, independientemente de su edad le agrada que le reconozcan sus esfuerzos, su entrega, sus avances mediante recompensas que van desde una palabra de felicitación, un aplauso, un reconocimiento verbal o escrito hasta obsequios o ascensos y aumentos de sueldo, entre otros, cuando se encuentra inmerso en la fuerza laboral, p.49.”

Chiavenato, I. establece que la compensación ofrecida por la organización influye en la satisfacción de los socios, pues cada socio está dispuesto a invertir recursos individuales, en la medida en que obtenga retornos y resultados de sus inversiones. Nadie trabaja gratis. Como socio de la organización, cada empleado se interesa en invertir trabajo, dedicación y esfuerzo personal, conocimientos y habilidades, si recibe la retribución adecuada (2009 p.283). Un componente esencial del valor percibido por el empleado es la motivación, la cual representa un conjunto de factores que hace que una persona trabaje con voluntad e interés para satisfacer las necesidades personales y familiares. Sabemos que el elemento humano es indispensable en todos los procesos que se llevan a cabo en una organización, por esta razón el factor motivacional de los empleados, debe convertirse en una razón de ser de la administración de recursos humanos en las organizaciones; el considerar esta gestión facilitará que el individuo se concentre en sus objetivos y tracen el camino hacia los resultados de la organización incrementando su efectividad. Los empleados satisfechos tienden a ser más productivos, creativos y comprometidos, y si se puede crear un ambiente capaz de atraer, motivar y retener a aquellos que trabajan bien, los sujetos estarán más propensos a tener éxito y ser competitivos, disminuyéndose el costo de la insatisfacción (Rocco, 2009). La organización efectiva, se preocupa porque el nivel de valor percibido en cuanto a la satisfacción laboral sea elevado, el cual se puede lograr a través de brindarles al trabajador motivos e inspiraciones tanto internas como externas de la organización.

El objetivo de esta investigación consistió en identificar el nivel del valor percibido sobre la satisfacción laboral de los empleados del sector comercial de Monclova, Coahuila, con la finalidad de aportar un diagnóstico de la situación actual de la organización. Este trabajo de investigación está organizado de la siguiente forma: en el primer apartado se presenta una revisión de la literatura relacionada con el tema del valor percibido sobre la satisfacción laboral; en el segundo se describe la metodología empleada y la operacionalización de las variables; en la tercera sección se muestran los resultados obtenidos de la recopilación de datos; finalmente se presentan las conclusiones del estudio.

REVISIÓN LITERARIA

Satisfacción Laboral

Valorar la percepción que tienen los empleados de los diferentes componentes que constituyen la gestión humana y organizacional, es de vital importancia para las organizaciones, debido a que las personas permanecen gran cantidad de tiempo en sus lugares de trabajo y si este tiempo transcurre en ambientes y circunstancias de desmotivación e insatisfacción personal y laboral, la productividad y la eficiencia no podrán alcanzar niveles superiores de rendimiento. Siempre ha sido un tema importante para las organizaciones la satisfacción de los empleados y como retenerlos; después de todo, altos niveles de ausentismo y de deserción pueden afectar a los empleados y tener importantes consecuencias para las empresas. El grado de satisfacción que manifiestan los individuos en relación con algunos aspectos del puesto de trabajo actual que ellos desempeñan determina, entre otras cuestiones, sus intenciones de permanencia o no en la empresa (Borra y Gómez 2012). El término satisfacción en el trabajo se define como “un juicio evaluativo, positivo o negativo, que uno realiza sobre su trabajo o situación laboral”. El trabajo es mucho más que las actividades obvias de cada puesto. Considera también las relaciones con compañeros, supervisores, jefes, obedecer reglas, cumplir criterios de desempeño, etc. La evaluación que realiza un empleado de su satisfacción, o insatisfacción, es en sí la suma de diversos elementos. Una persona con alta satisfacción en el trabajo tiene sentimientos positivos acerca de éste, en tanto que otra insatisfecha los tiene negativos (Robbins, 2004).

Componentes de la Satisfacción Laboral

Dentro del valor percibido por el empleado y que repercute en su satisfacción laboral, está el aspecto de las compensaciones. Villanueva y González, (2005) establecen que el concepto de compensación incluye todo tipo de recompensas, tanto extrínsecas como intrínsecas, que consideran elementos monetarios y no monetarios, y son recibidas por el empleado como resultado de su trabajo en la organización. Las recompensas extrínsecas se refieren al sueldo base o salario, incentivos o bonos y beneficios distribuidos directamente por la organización. Las recompensas intrínsecas se refieren a recompensas internas del individuo, derivadas de su involucración en ciertas actividades o tareas, como son: satisfacción laboral, compromiso, autonomía, oportunidades de crecimiento y aprendizaje. Según estos autores, la compensación total se compone de tres grandes elementos: la remuneración base, los incentivos y los beneficios. En los cuales la remuneración base hace referencia al sueldo base o salario, en otras palabras el pago regular que una persona recibe por sus servicios cuando esta empleada por una empresa. La remuneración base es la plataforma de la compensación total y considera los aspectos legales del mercado. Los incentivos corresponden al componente variable de la compensación total ya que están asociados directamente con el desempeño del empleado y por último los beneficios que son entendidos como el componente no monetario de la compensación total.

Un segundo componente es la evaluación del desempeño, la cual aporta una base sistemática para la evaluación de las contribuciones de los empleados, su entrenamiento a fin de que alcancen un mejor desempeño y la adecuada distribución de retribuciones económicas (Davis y Newstrom, 2007). En su libro Chiavenato menciona, “toda persona debe recibir retroalimentación respecto de su desempeño, para saber cómo marcha en el trabajo. Sin esta retroalimentación, las personas caminan a ciegas. La evaluación de desempeño debe proporcionar beneficios a la organización y a las personas. La evaluación de desempeño tiene varias aplicaciones y propósitos: 1. Procesos de compensación de personas: indica si las personas son motivadas y recompensadas por la organización. Ayuda a la organización a decidir quién debe recibir compensaciones (aumentos salariales o ascensos) o quien debe ser desvinculado de la organización. En resumen, debe estimular la iniciativa, desarrollar el sentido de responsabilidad y apoyar el deseo de trabajar mejor. 2. Procesos de desarrollo de personas: indica las fortalezas y debilidades de cada empleado, cuales son los empleados que necesitan entrenamiento. Facilita la relación de asesoría

entre empleados y superior, y estimula a los gerentes a observar el comportamiento de los subordinados, para ayudar a mejorarlo.3. Proceso de mantenimiento de personas: proporciona retroalimentación a las personas sobre su desempeño y potencialidades de desarrollo. La evaluación es la base para todo análisis de asuntos de trabajo entre superior y subordinado” (2009 p246).

Las retribuciones económicas son de valor tanto social como económico y desempeñan un papel importante en un componente esencial de la satisfacción laboral como es la motivación. La motivación, según la escala de motivaciones psicosociales tiene 5 componentes básicos: el nivel de activación y necesidad, el nivel de expectativa, el nivel de ejecución, el nivel de satisfacción y, por último, el valor del incentivo de cada sujeto, (Fernandez-Seara, 1996). Robbins (2004) define motivación como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza un individuo para la consecución de un objetivo. Las recompensas intrínsecas y extrínsecas, conjuntamente, inciden en la motivación, ya que satisfacen necesidades distintas. Esto significa, por ejemplo, que el dinero no compensará un trabajo aburrido y repetitivo, así como un trabajo interesante no compensará un sueldo bajo (Bedodo y Giglio, 2006).

Un último componente es el involucramiento en el trabajo, el cual mide el grado en que una persona se identifica psicológicamente con su empleo y considera el nivel de su desempeño percibido como benéfico para ella. Los empleados con un nivel alto de involucramiento en el trabajo se identifican con la clase de labor que realizan y realmente les importa (Robbins, 2004). Este autor, también menciona el concepto de percepción del apoyo organizacional, que lo define como el grado en que los empleados creen que la organización valora su contribución y se ocupa de su bienestar. Las investigaciones muestran que las personas tienen la percepción de que sus organizaciones les dan apoyo cuando las recompensas se entregan con justicia, los empleados tienen voz en las decisiones y sus supervisores son vistos como individuos que brindan apoyo.

Davis y Newstrom (2007), mencionan que la participación es un importante vehículo para el empowerment a los empleados, que se refiere al involucramiento mental y emocional de los individuos en situaciones grupales que los alienta a contribuir en beneficio de las metas del grupo y a compartir la responsabilidad sobre ellas. Para los empleados es el resultado psicológico de la administración de apoyo. Chiavenato (2009) establece que el Empowerment significa dar poder a los empleados para aprovechar al máximo el talento colectivo, el secreto consiste en utilizar todo el personal, todas las habilidades, todo el tiempo, y dar autoridad y recursos a las personas y dejarlas actuar. Principios para dar empowerment a las personas: A) dar a las personas un trabajo que consideren importante. B) Dar a las personas autoridad y responsabilidad plenas, independencia y autonomía en sus tareas y recursos. C) Permitir a las personas tomen decisiones respecto de su trabajo.

Davis y Newstrom, establecen que “es importante vigilar, comprender y dirigir las actitudes de los empleados. Estas se desarrollan como consecuencia de las sensaciones de equidad o inequidad respecto del sistema de retribuciones, así como del trabajo de los supervisores. La insatisfacción laboral puede conducir a mayor ausentismo, rotación y otras conductas indeseables, de manera que a los empleados les interesa desarrollar la satisfacción de sus empleados. Un mayor involucramiento en el trabajo deriva en mayores niveles de dedicación y productividad en los trabajadores” (2007 p.202). Chiavenato, I. menciona que “el desempeño humano en el cargo es extremadamente situacional y varía de una persona a otra, y de situación en situación, pues depende de innumerables factores condicionantes que influyen bastante. Cada persona evalúa la relación costo-beneficio para saber cuánto vale la pena de hacer determinado esfuerzo. A su vez el esfuerzo individual depende de las habilidades y capacidades de la persona y de su percepción del papel que debe desempeñar” (2009 p.246). La evaluación del desempeño aporta una base sistemática para la evaluación de las contribuciones de los empleados, su entrenamiento a fin de que alcancen un mejor desempeño y la adecuada distribución de retribuciones económicas

Rocco, (2009) en su trabajo de investigación, reconoce la existencia de la relación entre satisfacción laboral y salario emocional y como esté último ayuda a incrementar la satisfacción. El salario emocional se presenta como una herramienta diferente que es capaz de influir en los niveles de satisfacción de los sujetos, cuando es bien administrado e individualizado. El salario emocional es, tomando palabras de Herzberg, una forma de enriquecimiento del trabajo. Es capaz de hacerlo satisfactorio, novedoso, atractivo y suficiente. Duque Ramírez, et al (2010) mencionan en sus conclusiones que es fundamental reconocer que los empleados no solo necesitan y se sienten satisfechos con dinero, hay más aspectos en los cuales las organizaciones deben incentivarlos. En general el Valor Percibido por el Empleado clarifica la gestión humana y la forma en la cual se puede medir la percepción de los miembros de una organización y facilita la gestión de motivar e incentivar a los mismos, logrando la identificación de focos de inconformidad y su manera de medir y comparar su evolución en el tiempo.

Borra y Gómez (2012) en su trabajo de investigación corroboran los dos resultados siguientes: el salario es exógeno en la ecuación de satisfacción laboral y tiene un efecto significativamente positivo sobre la satisfacción laboral y, en segundo lugar, existe un trade-off (perder cierta cualidad a cambio de otra cualidad) entre el salario y las facetas (positivas o negativas) del empleo. Sánchez y García (2017) en sus conclusiones marcan que cuando la compensación económica está de acuerdo con los logros, el avance del trabajo pareciera que actúa interdependientemente con estos factores como un motivador y satisfactor; cuando el salario no está acorde con estos factores, sirve como un insatisfactor para buenos empleados. En su trabajo de investigación Sánchez, M.C. (2014) afirma que los factores incidentes sobre la satisfacción de los trabajadores son numerosos; y encontró que la variable que tiene mayor peso es la motivación, por lo que ante un incremento de esta se observa un incremento en la satisfacción, lo que derivará en un mayor rendimiento laboral.

METODOLOGÍA

El diseño metodológico corresponde a una investigación de campo tipo cuantitativa, descriptiva y transversal. Los datos se obtuvieron de una encuesta levantada a 95 empleados de una empresa del sector comercial en la ciudad de Monclova, Coahuila cuya población es de 135 trabajadores, la muestra que se consideró para este estudio fue no probabilística. El instrumento de medición fue un cuestionario rediseñado de Borja y Briseño (2009), el cual se reporta válido y confiable con un *alfa de Cronbach* de 0.941. Para la medición de los 27 reactivos, se utilizó una escala de tipo Likert de 1 a 4 (nunca, pocas veces, a veces, siempre). Los datos obtenidos se procesaron a través del paquete estadístico SPSS para medir las variables en estudio, así como establecer las relaciones buscadas utilizando para ello la técnica del coeficiente *Rho de Spearman*. Las variables utilizadas se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1: Operacionalización de Variables

Variable	Definición	Preguntas
Compensaciones	Todo aquello que las personas reciben a cambio de su trabajo como empleados de una empresa	1, 2,3,4,5,6,7,8
Motivación	Tipo de impulsos, deseos, necesidades, anhelos y fuerzas similares	9,10, 11,14,18,20,21,23
Participación del empleado	Significa involucrar a una persona en una cuestión que le afecta con el fin de que contribuyan con conocimientos valiosos para el éxito de la empresa.	12,13,15,16,17,19,22
Evaluación del desempeño	Apreciación del desempeño del individuo en el cargo y de su potencial de desarrollo	4, 25, 26, 27

En esta tabla se muestra la Operacionalización de variables consideradas en el instrumento de medición utilizado. La definición de cada una de ellas. El número de pregunta que cubre cada una de las variables. Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS

En primer lugar se presentan las características demográficas de los participantes, después la situación de la empresa en cuanto a las variables de estudio, y al final la relación que existe entre las mismas. Una vez que se procesaron los datos a través del software estadístico SPSS, se obtuvieron los resultados en cuanto a las características demográficas los cuales se muestran en la Tabla 2: El 52.6% son hombres, el 33.7% tienen más de 35 años, el 49.5% tienen estudios de preparatoria, y el 52.6% han estado trabajando por más de dos años en la empresa.

Tabla 2: Características Demográficas de los Participantes (N=95)

Características	No. de Personas	Porcentaje
Sexo del encuestado		
Hombre	50	52.6
Mujer	45	47.4
Edad del Encuestado		
18 a 20 años	11	11.6
21 a 25 años	17	17.9
26 a 30 años	18	18.9
31 a 35 años	17	17.9
Más de 35 años	32	33.7
Escolaridad del Encuestado		
Primaria	1	1.1
Secundaria	26	27.4
Preparatoria	47	49.5
Técnica	5	5.3
Profesional	16	16.8
Antigüedad en el Trabajo del Encuestado		
Menos de 6 meses	19	20
De 6 meses a menos de 1 año	10	10.5
De 1 año a menos de 2 años	16	16.8
De 2 años en adelante	50	52.6

En esta tabla se muestra las Características demográficas. Los datos son en relación al sexo, edad, escolaridad y antigüedad en el trabajo. Se indica la frecuencia por el número de personas y por el porcentaje. Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3 se presenta la variable Compensaciones, de acuerdo a la percepción de los trabajadores de la empresa, y se puede observar que en todos los indicadores las medias están por encima del promedio, sobresaliendo en primer lugar *que la empresa paga oportunamente las bonificaciones e incentivos*.

Tabla 3: Variable Compensaciones de la Empresa en Estudio

Pregunta	Media	Desviación Estándar
La cantidad de dinero que me pagan corresponde al trabajo que realizo	2.78	1.113
Me gusta el sistema de comisiones, premios económicos e incentivos que recibo	2.64	1.138
La empresa paga todos los recargos que genero por concepto de trabajo de horas extras	2.38	1.178
Me siento valorado por la empresa cuando pienso en el dinero que me pagan	2.71	1.051
La empresa paga oportunamente las bonificaciones e incentivos	2.81	1.123
La empresa es clara en los topes y bonificaciones que paga por cumplimiento de metas	2.73	1.046
Mis trabajos anteriores han sido más satisfactorios que el actual	2.65	1.008
En otros empleos que he tenido no me pagaban tan bien como en este	2.58	0.996

En esta tabla se muestra la puntuación media y la desviación estándar para la variable de Compensaciones. Se aprecia que el indicador más alto fue: la empresa paga oportunamente las bonificaciones e incentivos. Mientras que el indicador más bajo fue: la empresa paga todos los recargos que genero por concepto de trabajo de horas extras. Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 4 se presenta la variable Motivación, de acuerdo a la percepción de los trabajadores de la empresa, y se puede observar que en el 75% de los indicadores las medias son altas, destacando que a los trabajadores les gusta hacer las tareas que tienen asignadas en su trabajo.

Tabla 4: Variable Motivación de la Empresa en Estudio

Pregunta	Media	Desviación Estándar
Me siento motivado realizando mi trabajo	3.02	0.945
Me gusta pertenecer a esta empresa	3.13	0.890
Siento que con las actividades de bienestar social la empresa nos demuestra su interés	2.91	1.032
Me gusta hacer las tareas que tengo asignadas en el trabajo	3.28	0.871
Mi trabajo presenta retos permanentes e importantes	3.05	0.927
Las actividades que realizo de mi trabajo se ajustan a mis gustos	3.14	0.870
Me identifico con las tareas que llevo a cabo	3.13	0.878
La empresa valora todas las actividades que realizo	2.60	1.134

En esta tabla se muestra la puntuación media y la desviación estándar para la variable de Motivación. Se aprecia que el indicador más alto fue: las actividades que realizo de mi trabajo se ajustan a mis gustos. Mientras que el indicador más bajo fue: la empresa valora todas las actividades que realizo. Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 5 se presenta la variable Participación, de acuerdo a la percepción de los trabajadores de la empresa y se puede observar que en todos los indicadores las medias son altas, por lo que los empleados perciben que la empresa los toma en cuenta así como que su empleo es enriquecedor e importante para el logro de las metas de la empresa.

Tabla 5: Variable Participación de la Empresa en Estudio

Características	Media	Desviación Estándar
Mi contribución en el cumplimiento de los objetivos y políticas de la empresa es importante	3.19	0.903
Debo ser creativo para desarrollar mi trabajo	3.28	0.781
Las metas que impone la empresa son claras y razonables de cumplir	3.05	0.949
Estoy de acuerdo con el plan de metas que establece la empresa	2.93	0.992
Las actividades que realizo son variadas	3.39	0.829
Mis funciones exigen que preste permanente atención y concentración	3.46	0.769
Las actividades que hago generan impacto en los proyectos de la empresa	3.03	1.015

En esta tabla se muestra la puntuación media y la desviación estándar para la variable de Participación. Se aprecia que el indicador más alto fue: mis funciones exigen que preste permanente atención y concentración. Mientras que el indicador más bajo fue: estoy de acuerdo con el plan de metas que establece la empresa. Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 6 se presenta la variable Desempeño, de acuerdo a la percepción de los trabajadores de la empresa y se puede observar que en todos los indicadores las medias están por encima del promedio, sobresaliendo el hecho de que la empresa es clara en la forma en que realiza la evaluación del desempeño.

En la tabla 7 se presenta un resumen de las cuatro variables que se estudiaron en la empresa, en la cual se identifica que la variable que obtuvo mayor puntaje es la de participación (3.19) mientras que la de puntuación menor en cuanto a la media es desempeño (2.65). Con estos resultados se identificó que la empresa permite el involucramiento de sus trabajadores, sin embargo, debe prestar atención al seguimiento del proceso de evaluación del desempeño.

Tabla 6: Variable Desempeño de la Empresa en Estudio

Características	Media	Desviación estándar
Mis superiores me informan sobre mi desempeño laboral	2.60	1.206
Obtengo información clara y directa sobre la efectividad de mi trabajo	2.62	1.141
Mis superiores reconocen mis éxitos	2.62	1.150
La manera de evaluación del desempeño que tiene la empresa es clara	2.77	1.086

En esta tabla se muestra la puntuación media y la desviación estándar para la variable de Desempeño. Se aprecia que el indicador más alto fue: la empresa es clara en la manera de evaluar el desempeño. Mientras que el indicador más bajo fue: mis superiores me informan sobre mi desempeño laboral. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7: Puntuaciones Promedio por Variable

Variable	Media
Compensaciones	2.66
Motivación	3.03
Participación	3.19
Desempeño	2.65

En esta tabla se muestra la puntuación media para cada variables. Se aprecia que la variable con puntuación más alta fue la de participación. Mientras que la variable con puntaje más bajo fue la de desempeño. Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 8 se presentan los resultados obtenidos de la relación de las variables utilizando la correlación de Rho de Spearman, así como el nivel de significancia. Los resultados reflejan asociaciones significativas positivas ($p < 0.01$) en todas las variables analizadas. Las variables que muestran relación más fuerte son la motivación con las compensaciones ($r = 0.929$) lo que sugiere que a mayor compensación mayor será la motivación; y la motivación con la participación ($r = 0.928$), lo que sugiere que a mayor

participación mayor motivación. En cuanto a la significancia se puede observar que son altamente significativas la motivación con las compensaciones, la motivación con la participación, y la participación con el desempeño.

Tabla 8: Relación y Significancia Entre las Variables Analizadas de la Empresa en Estudio

Variable	Compensaciones	Motivación	Participación	Desempeño
Compensaciones	1			
Motivación	0.929 0.000	1		
Participación	0.898 0.037	0.928 0.000	1	
Desempeño	0.882 0.010	0.871 0.006	0.854 0.000	1

En esta tabla se muestra la relación entre las variables analizadas con la correlación de Rho de Spearman. Se aprecia que la correlación más fuerte se da entre motivación y compensaciones, seguida por la participación y la motivación. Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

El objetivo de esta investigación fue identificar el nivel del valor percibido sobre la satisfacción laboral de los empleados del sector comercial de Monclova, Coahuila, con la finalidad de aportar un diagnóstico de la situación actual de la organización. De acuerdo a los resultados obtenidos se concluye lo siguiente: existe un nivel de satisfacción positivo puesto que los empleados perciben que la empresa permite que sus trabajadores tengan un alto nivel de participación, lo que significa que involucran a las personas para que contribuyan con sus conocimientos valiosos para el éxito de la empresa; así como que consideren que las actividades que realizan son enriquecedoras debido a que son variadas, además de que son importantes para el logro de los objetivos de la empresa. Estos resultados tienen gran similitud con lo que encontró Rocco (2009) en su trabajo de investigación, quien reconoce la existencia de la relación entre satisfacción laboral y salario emocional y como éste último ayuda a incrementar la satisfacción. También con el de Duque Ramírez, et al (2010) los cuales concluyen que es fundamental reconocer que los empleados no solo necesitan y se sienten satisfechos con dinero, hay más aspectos en los cuales las organizaciones deben incentivarlos. Se pudo detectar que existe una fuerte relación y significancia entre la motivación y las compensaciones, lo que indica que a mayor compensación mayor será la motivación; así como entre la motivación y la participación, lo que sugiere que a mayor participación mayor motivación. Siendo un resultado similar al de Sánchez y García (2017) los cuales concluyen que cuando la compensación económica está de acuerdo con los logros, actúa como motivador y satisfactor; así como con el trabajo de Sánchez, M.C. (2014) quien encontró que la variable que tiene mayor peso es la motivación, por lo que ante un incremento de esta se observa un incremento en la satisfacción.

Por otro lado es necesario que la empresa preste atención a la forma en que le dan seguimiento a la evaluación del desempeño, una recomendación importante es que la empresa considere que este aspecto tiene como objetivo un plan de mejora así que es esencial que se les brinde retroalimentación los trabajadores. Finalmente, una sugerencia es que la empresa establezca políticas y diseñe estrategias sobre: las compensaciones, la motivación, la participación y evaluación del empleado; aspectos que influyen en la satisfacción laboral para que el valor percibido sobre ella, no disminuya lo cual representa beneficios para el trabajador y la empresa.

REFERENCIAS

Atalaya Pisco, M. C. (1999). Satisfacción laboral y productividad. *Revista de Psicología*, 3(No. 5).
Obtenido de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/psicologia/1999_n5/satisfaccion.html

Bedodo Espinoza, V. y Giglio Gallardo, C. (2006). Motivación laboral y compensaciones: una investigación de orientación teórica. Tesis doctoral inédita. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Chile.

Borja Jimeno, Mónica y Briceño Ayala, Augusto (2009) Diseño de un instrumento para medir cuanto es el valor percibido por los empleados de su compensación salarial, de la empresa Apostar S.A. Universidad Tecnológica de Pereira, Ingeniería Industrial, Maestría en administración del desarrollo humano y organizacional.

Borra Marcos, Cristina y Gómez García, Francisco (2012) Satisfacción laboral y salario ¿Compensa la renta laboral las condiciones no monetarias del trabajo? *Revista de Economía Aplicada*, 20 (No. 60), 25-51.

Chiavenato, I (2009). *Gestión del Talento Humano: El nuevo papel de los Recursos Humanos*. México. Ed. Mc. Graw Hill

Davis Keith y John Newstrom (2007). *Comportamiento humano en el trabajo*. 8ª. Edición, Mc Graw Hill. Interamericana De México

Duque Ramírez, Andrés Felipe; Castaño Benjumea, Juan Carlos; Portilla de Arias, Liliana Margarita (2010) Valor percibido por el empleado en la organización moderna, Caso empresa de Telecomunicaciones de Pereira. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, 16 (No. 44), 150-154.

Fernández-Seara, J.L.(1996). MPS escala de motivaciones psicosociales. Madrid: TEA.

Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Ediciones Pearson.

Rocco Cañón, María Teresa (2009) Satisfacción Laboral y Salario Emocional: Una aproximación teórica

Sánchez, M.C. (2014) Características Organizacionales de la Satisfacción Laboral en España. *Revista de Administración de Empresa*, 54(No. 5), 537-547.

Sánchez, M. G. y García, M. de L. (2017) Satisfacción Laboral en los Entornos de Trabajo. Una exploración cualitativa para su estudio. *Scientia Et Technica*, 22 (No. 2), 161-166.

Tabash Méndez, Alexandra 2010 “Factores de la Cultura Organizacional influyentes en la satisfacción laboral del personal administrativo de la Sede Regional Brunca, Campus Pérez Zeledón Universidad Nacional” libro electrónico recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1098/mision.html>

Villanueva, A. y González, E. (2005). *Gestión en las Compensaciones I. Manual del participante*. Santiago, Chile.

BIOGRAFÍA

Cristina del Pilar López Saldaña, Maestra en Educación, Docente de Tiempo Completo de la Facultad de Contaduría y Administración – Unidad Norte de la Universidad Autónoma de Coahuila, en México, es miembro del cuerpo académico Administración aplicada a las Organizaciones, ha participado como ponente en congresos nacionales e internacionales.

Adriana Guadalupe Chávez Macías, Maestra en Impuestos, Docente de Tiempo Completo de la Facultad de Contaduría y Administración – Unidad Norte de la Universidad Autónoma de Coahuila, en México, integrante del cuerpo académico Administración aplicada a las Organizaciones, ha participado como ponente en congresos nacionales e internacionales.

Maricela Carolina Peña Cárdenas, Maestra en Administración de Empresas, actualmente adscrita como investigadora en la Facultad de Contaduría y Administración – Unidad Norte de la Universidad Autónoma de Coahuila, en México, donde es líder del cuerpo académico Administración aplicada a las Organizaciones; ha participado como ponente en congresos nacionales e internacionales.

Juanita Lizeth Guevara Garza, alumna de la Licenciatura de la Facultad de Contaduría y Administración – Unidad Norte de la Universidad Autónoma de Coahuila, quién colabora en los proyectos de investigación desarrollados por el cuerpo académico Administración aplicada a las Organizaciones.

REVIEWERS

The IBFR would like to thank the following members of the academic community and industry for their much appreciated contribution as reviewers.

Haydeé Aguilar, Universidad Autónoma de Aguascalientes
Bustamante Valenzuela Ana Cecilia, Universidad Autonoma De Baja California
María Antonieta Andrade Vallejo, Instituto Politécnico Nacional
Olga Lucía Anzola Morales, Universidad Externado de Colombia
Antonio Arbelo Alvarez, Universidad de la Laguna
Hector Luis Avila Baray, Instituto Tecnológico De Cd. Cuauhtemoc
Graciela Ayala Jiménez, Universidad Autónoma de Querétaro
Fabiola Baltar, Universidad Nacional de Mar del Plata
Myrna Berrios, Modern Hairstyling Institute
Albanelis Campos Coa, Universidad de Oriente
Carlos Alberto Cano Plata, Universidad De Bogotá Jorge Tadeo Lozano
Alberto Cardenas, Instituto Tecnológico De Cd. Juarez
Sheila Nora Katia Carrillo Incháustegui, Universidad Peruana Cayetano Heredia
Emma Casas Medina, Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora
Benjamin Castillo Osorio, Universidad del Sinú-Sede Monteria
María Antonia Cervilla de Olivieri, Universidad Simón Bolívar
Monica Clavel San Emeterio, University of La Rioja
Cipriano Domigo Coronado García, Universidad Autónoma de Baja California
Semei Leopoldo Coronado Ramírez, Universidad de Guadalajara
Esther Eduvigis Corral Quintero, Universidad Autónoma de Baja California
M. T. Coto, Intl. Academic Sevices
Tomás J. Cuevas-Contreras, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Edna Isabel De La Garza Martínez, Universidad Autónoma De Coahuila
Javier de León Ledesma, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria - Campus Universitario de Tafira
Hilario Díaz Guzmán, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla
Cesar Amador Díaz Pelayo, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario Costa Sur
Avilés Elizabeth, CICESE
Esther Enriquez, Instituto Tecnológico de Ciudad Juarez
Ernesto Geovani Figueroa González, Universidad Juárez del Estado de Durango
Carlos Fong Reynoso, Universidad de Guadalajara
Carmen Galve-górriz, Universidad de Zaragoza
Teresa García López, Instituto De Investigaciones Y Estudios Superiores De Las Ciencias Administrativas
Blanca Rosa Garcia Rivera, Universidad Autónoma De Baja California
Denisse Gómez Bañuelos, CESUES
Carlos Alberto González Camargo, Universidad Jorge Tadeo Lozano
Hector Alfonso Gonzalez Guerra, Universidad Autonoma de Coahuila
María Brenda González Herrera, Universidad Juárez del Estado de Durango
Ana Ma. Guillén Jiménez, Universidad Autónoma de Baja California
Araceli Gutierrez, Universidad Autonoma De Aguascalientes
Andreina Hernandez, Universidad Central de Venezuela
Arturo Hernández, Universidad Tecnológica Centroamericana
Jorge Hernandez Palomino, Universidad Autónoma de Mexico
Alejandro Hernández Trasobares, Universidad de Zaragoza
Azucena Leticia Herrera Aguado, Universidad Tecnológica de Puebla
Claudia Soledad Herrera Oliva, Universidad Autónoma de Baja California
Luis Enrique Ibarra Morales, Universidad Estatal de Sonora
Mercedes Jalbert, The Institute for Business and Finance Research
Carmen Leticia Jiménez González, Université de Montréal Montréal QC Canadá.
Gaspar Alonso Jiménez Rentería, Instituto Tecnológico de Chihuahua
Lourdes Jordán Sales, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
Miguel Ángel Latorre Guillem, Universidad Católica de Valencia "San Vicente Mártir"
Santiago León Ch., Universidad Marítima del Caribe
Graciela López Méndez, Universidad de Guadalajara-Jalisco
Virginia Guadalupe López Torres, Universidad Autónoma de Baja California
Cruz Elda Macias Teran, Universidad Autonoma de Baja California
Eduardo Macias-negrete, Instituto Tecnológico de Ciudad Juarez
Aracely Madrid, ITESM, Campus Chihuahua
Deneb Magaña Medina, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Carlos Manosalvas, Universidad Estatal Amazónica
Gladys Yaneth Mariño Becerra, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia
Omaira Cecilia Martínez Moreno, Universidad Autónoma de Baja California-México
Jesús Apolinar Martínez Puebla, Universidad Autónoma De Tamaulipas
Jesus Carlos Martinez Ruiz, Universidad Autonoma De Chihuahua
Francisco Jose May Hernandez, Universidad del Caribe
Aurora Irma Maynez Guaderrama, Universidad Autonoma de Ciudad Juarez
Linda Margarita Medina Herrera, Tecnológico de Monterrey. Campus Ciudad de México
Alaitz Mendizabal, Universidad Del País Vasco
Alaitz Mendizabal Zubeldia, Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea
Fidel Antonio Mendoza Shaw, Universidad Estatal De Sonora
Oscar Javier Montiel Mendez, universidad autonoma de ciudad juarez
Juan Nicolás Montoya Monsalve, Universidad Nacional de Colombia-Manizales
Gloria Muñoz Del Real, Universidad Autonoma de Baja California

Alberto Elías Muñoz Santiago, Fundación Universidad del Norte
Erwin Eduardo Navarrete Andrade, Universidad Central de Chile
Gloria Alicia Nieves Bernal, Universidad Autónoma del Estado de Baja California
Bertha Guadalupe Ojeda García, Universidad Estatal de Sonora
Erika Olivas, Universidad Estatal de Sonora
Erick Orozco, Universidad Simon Bolivar
Rosa Martha Ortega Martínez, Universidad Juárez del Estado de Durango
José Manuel Osorio Atondo, Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora
Julian Pando, University of the Basque Country
Daniel Paredes Zempual, Universidad Estatal de Sonora
Luz Stella Pemberthy Gallo, Universidad del Cauca
Eloisa Perez, MacEwan University
Adrialy Perez, Universidad Estatal de Sonora
Iñaki Perriáñez, Universidad del País Vasco (Spain)
Hector Priego Huertas, Universidad De Colima
Alma Ruth Rebolledo Mendoza, Universidad De Colima
Oscar Bernardo Reyes Real, Universidad de Colima
Carmen Rios, Universidad del Este
Juan Carlos Robledo Fernández, Universidad EAFIT-Medellin/Universidad Tecnológica de Bolivar-Cartagena
Natalia G. Romero Vivar, Universidad Estatal de Sonora
Humberto Rosso, Universidad Mayor de San Andres
José Gabriel Ruiz Andrade, Universidad Autónoma de Baja California-México
Antonio Salas, Universidad Autonoma De Chihuahua
Claudia Nora Salcido, Facultad de Economía Contaduría y Administración Universidad Juarez del Estado de Durango
Juan Manuel San Martín Reyna, Universidad Autónoma de Tamaulipas-México
Francisco Sanches Tomé, Instituto Politécnico da Guarda
Celsa G. Sánchez, CETYS Universidad

Edelmira Sánchez, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Deycy Janeth Sánchez Preciado, Universidad del Cauca
María Cristina Sánchez Romero, Instituto Tecnológico de Orizaba
María Dolores Sánchez-Fernández, Universidade da Coruña
Luis Eduardo Sandoval Garrido, Universidad Militar de Nueva Granada
Pol Santandreu i Gràcia, Universitat de Barcelona, Santandreu Consultors
Victor Gustavo Sarasqueta, Universidad Argentina de la Empresa UADE
Jaime Andrés Sarmiento Espinel, Universidad Militar de Nueva Granada
Jesus Otoniel Sosa Rodriguez, Universidad De Colima
Adriana Patricia Soto Aguilar, Benemerita Universidad Autonoma De Puebla
Edith Georgina Surdez Pérez, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Jesus María Martín Terán Terán Gastélum, Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora
Maria De La Paz Toldos Romero, Tecnológico De Monterrey, Campus Guadalajara
Alejandro Torres Mussatto, Senado de la Republica; Universidad de Valparaíso
Abraham Vásquez Cruz, Universidad Veracruzana
Rosalba Diamantina Vásquez Mireles, Universidad Autónoma de Coahuila
Angel Wilhelm Vazquez, Universidad Autonoma Del Estado De Morelos
Lorena Vélez García, Universidad Autónoma de Baja California
Alejandro Villafañez Zamudio, Instituto Tecnológico de Matamoros
Hector Rosendo Villanueva Zamora, Universidad Mesoamericana
Oskar Villarreal Larrinaga, Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea
Delimiro Alberto Visbal Cadavid, Universidad del Magdalena

REVIEWERS

The IBFR would like to thank the following members of the academic community and industry for their much appreciated contribution as reviewers.

Hisham Abdelbaki, University of Mansoura - Egypt
Isaac Oluwajoba Aberejo, Obafemi Awolowo University
Naser Abughazaleh, Gulf University for Science and Technology
Nsiah Acheampong, University of Phoenix
Iyabo Adeoye, National Horticultural Research Institute-Nigeria.
Michael Adusei, Kwame Nkrumah University of Science & Tech.
Mohd Ajlouni, Yarmouk University
Sylvester Akinbuli, University of Lagos
Anthony Akinlo, Obafemi Awolowo University
Efiong Akwaowo, Ashford University
Yousuf Al-Busaidi, Sultan Qaboos University
Khaled Aljaaidi, Universiti Utara Malaysia
Alawiya Allui, Prince Sultan University
Hussein Al-Tamimi, University of Sharjah
Paulo Alves, CMVM, ISCAL and Lusofona University
Ghazi Al-weshah, Albalqa Applied University
Fabiola Baltar, Universidad Nacional de Mar del Plata
Samar Baqer, Kuwait University College
Nagib Bayoud, Tripoli University
Ahmet Bayraktar, Rutgers University
Myrna Berrios, Modern Hairstyling Institute
Daniel Boylan, Widener University
Kyle Brink, Western Michigan University
Giovanni Bronzetti, University of Calabria
Priyashni Chand, University of the South Pacific
Surya Chelikani, Quinnipiac University
Wan-Ju Chen, Diwan College of Management
Yahn-shir Chen, National Yunlin University of Science and Technology, Taiwan
Bea Chiang, The College of New Jersey
Shih Yung Chou, University of the Incarnate Word
Te-kuang Chou, Southern Taiwan University
Monica Clavel San Emeterio, University of La Rioja
Caryn Coatney, University of Southern Queensland
Iyanna College of Business Administration,
Michael Conyette, Okanagan College
Huang Department of Accounting, Economics & Finance,
Rajni Devi, The University of the South Pacific
Mahmoud Elgamal, College of Business Administration - Kuwait University
Prince Ellis, Argosy University
Esther Enriquez, Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez
Ernesto Escobedo, Business Offices of Dr. Escobedo
Zaifeng Fan, University of Wisconsin whitewater
Perrine Ferauge, University of Mons
Olga Ferraro, University of Calabria
Carmen Galve-Górriz, Universidad de Zaragoza
Blanca Rosa Garcia Rivera, Univ. Autónoma De Baja California
Peter Geczy, AIST
Lucia Gibilaro, University of Bergamo
Carlos Alberto González Camargo, Universidad Jorge Tadeo Lozano
Hector Alfonso Gonzalez Guerra, Universidad Autonoma de Coahuila
Hongtao Guo, Salem State University
Danyelle Guyatt, University of Bath
Peter Harris, New York Institute of Technology
Zulkifli Hasan, Islamic University College of Malaysia
Shahriar Hasan, Thompson Rivers University
Fariza Hashim, Prince Sultan University
Peng He, Investment Technology Group
Niall Hegarty, St. Johns University
Jorge Hernandez Palomino, Universidad Autónoma de Mexico
Azucena Leticia Herrera Aguado, Universidad Tecnológica de Puebla
Claudia Soledad Herrera Oliva, Universidad Autónoma de Baja California
Paulin Houanye, University of International Business and Education, School of Law
Daniel Hsiao, University of Minnesota Duluth
Xiaochu Hu, School of Public Policy, George Mason University
Qianyun Huang, City University of New York - Queens College
Jui-ying Hung, Chatoyang University of Technology
Fazeena Hussain, University of the South Pacific
Stoyu Ivanov, San Jose State University
Shilpa Iyanna, Abu Dhabi University
Sakshi Jain, University of Delhi
Raja Saquib Yusaf Janjua, CIIT
Yu Junye, Louisiana State University
Tejendra N. Kalia, Worcester State College
Gary Keller, Eastern Oregon University
Ann Galligan Kelley, Providence College
Ann Kelley, Providence college
Ifraz Khan, University of the South Pacific
Halil Kiyamaz, Rollins College
Susan Kowalewski, DYouville College
Jan Kruger, Unisa School for Business Leadership
Christopher B. Kummer, Webster University-Vienna
Mei-Mei Kuo, JinWen University of Science & Technology
Miguel Ángel Latorre Guillem, Universidad Católica de Valencia "San Vicente Mártir"
John Ledgerwood, Embry-Riddle Aeronautical University
Yen-hsien Lee, Department of Finance, Chung Yuan Christian University
Yingchou Lin, Missouri University of Science and Technology
Shulin Lin, Hsiuping University of Science and Technology
Lynda Livingston, University of Puget Sound
Melissa Lotter, Tshwane University of Technology
Xin (Robert) Luo, Virginia State University
Eduardo Macias-negrete, Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez
Firuza Madrakhimova, University of North America
Abeer Mahrous, Cairo university
Tshepiso Makara, University of Botswana
Ioannis Makedos, University of Macedonia
Gladys Marquez-Navarro, Saint Louis University
Jesús Apolinar Martínez Puebla, Univ. Autónoma de Tamaulipas
Mario Jordi Maura, University of Puerto Rico
Francisco Jose May Hernandez, Universidad del Caribe

Aurora Irma Maynez Guaderrama, Universidad Autonoma de Ciudad Juarez
Romilda Mazzotta, University of Calabria
Mary Beth McCabe, National University
Linda Margarita Medina Herrera, Tecnológico de Monterrey. Campus Ciudad de México
Marco Mele, Unint University
Gulser Meric, Rowan University
Avi Messica, Holon Institute of Technology
Scott Miller, Pepperdine University
Cameron Montgomery, Delta State University
Oscar Javier Montiel Mendez, Univ. Autonoma De Ciudad Juarez
Cleamon Moorer, Madonna University
Sandip Mukherji, Howard University
Tony Mutsue, Iowa Wesleyan College
Ertambang Nahartyo, UGM
Linda Naimi, Purdue University
Arezoo Nakhaei, Massey University
Cheedradevi Narayanasamy, Graduate School of Business, National University of Malaysia
Erwin Eduardo Navarrete Andrade, Universidad Central de Chile
Gloria Alicia Nieves Bernal, Universidad Autónoma del Estado de Baja California
Erica Okere, Education Management Corp
Dennis Olson, Thompson Rivers University
Godwin Onyeaso, Shorter University
Ramona Orastean, Lucian Blaga University of Sibiu-Romania
Vera Palea, University of Turin
Julian Pando, University of the Basque Country
Dawn H. Percy, Eastern Michigan University
Eloisa Perez, MacEwan University
Iñaki Periañez, Universidad del Pais Vasco (Spain)
Pina Puntillo, University of Calabria (Italy)
Rahim Quazi, Prairie View A&M University
Anitha Ramachander, New Horizon College of Engineering
Charles Rambo, University of Nairobi, Kenya
Prena Rani, University of the South Pacific
Alma Ruth Rebolledo Mendoza, Universidad De Colima
Kathleen Reddick, College of St. Elizabeth
Maurizio Rija, University of Calabria.
Carmen Rios, Universidad del Este
Fabrizio Rossi, University of Cassino and Southern Lazio
Matthew T. Royle, Valdosta State University
Rafiu Oyesola Salawu, Obafemi Awolowo University
Paul Allen Salisbury, York College, City University of New York
Leire San Jose, University of Basque Country
Celsa G. Sánchez, CETYS Universidad
I Putu Sugiarta Sanjaya, Atma Jaya Yogyakarta University, Indonesia
Sunando Sengupta, Bowie State University
Brian W. Sloboda, University of Phoenix
Adriana Patricia Soto Aguilar, Universidad Autonoma De Puebla
Smita Mayuresh Sovani, Pune University
Alexandru Stancu, University of Geneva and IATA
Jiří Strouhal, University of Economics-Prague
Vichet Sum, University of Maryland -- Eastern Shore
Qian Sun, Kutztown University
Diah Suryaningrum, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jatim
Andree Swanson, Forbes School of Business & Technology, Ashford University
James Tanoos, Saint Mary-of-the-Woods College
Ranjini Thaver, Stetson University
Jeannemarie Thorpe, Southern NH University
Alejandro Torres Mussatto, Senado de la Republica; Universidad de Valparaíso
Jorge Torres-Zorrilla, Pontificia Universidad Católica del Perú
William Trainor, East Tennessee State University
Md Hamid Uddin, University Of Sharjah
Intiyas Utami, Satya Wacana Christian University
Ozge Uygur, Rowan University
Vijay Vishwakarma, St. Francis Xavier University
Julian Vulliez, University of Phoenix
Richard Zhe Wang, Eastern Illinois University
Ya-fang Wang, Providence University
Jon Webber, University of Phoenix
Jason West, Griffith University
Wannapa Wichitchanya, Burapha University
Veronda Willis, The University of Texas at San Antonio
Amy Yeo, Tunku Abdul Rahman College
Bingqing Yin, University of Kansas
Paula Zobisch, Forbes School of Business, Ashford University

COMO PUBLICAR EN NUESTRA REVISTA

TEMÁTICA

Trabajos de investigación teóricos, empíricos o aplicados en administración de empresas, finanzas, economía, contabilidad, gerencia, turismo, mercadeo, estadísticas, producción, sistemas de información, derecho laboral, planeamiento estratégico, política empresarial, teoría monetaria, comercio internacional, derecho comercial, temas en educación superior, avances en técnicas de educación y apoyo didáctico, acreditación o certificación, promoción y desarrollo académico, administración pública y disciplinas afines.

INSTRUCCIÓN PARA EL ENVIO DE SU MANUSCRITO

Investigadoras(es) pueden enviar su trabajo de investigación en forma directa. Visite nuestro sitio: TheIBFR.com/RIAF.htm para enviar su trabajo. Nombre su archivo apellido-DS.doc (ejemplo garcía-DS.doc). El archivo puede estar en MS Word.

IDIOMA

Revista Internacional Administración & Finance esta diseñada para aquellos trabajo escrito en el idioma español. Si su investigación esta escrita en el idioma ingles visite nuestro sitio www.theibfr.com/journal.htm para información sobre tipo de journal, temática y requisitos.

PROCESO DE REVISIÓN

Todo trabajo de investigación enviado para consideración es sujeto a un *blind-review process*. La revisión inicial oscila entre 100 y 120 días. Si el autor necesita su revisión rápida, el IBFR ofrece un proceso de Revisión Expedita. En nuestro sitio encontrará información sobre este proceso expedito.

Al enviar su manuscrito para consideración en nuestros Journals o Revistas, el autor garantiza que el trabajo sometido es original, no ha sido sometido para consideración o publicado en otra revista, journal, o ha sido publica en su totalidad o en forma parcial en un revista, journal, compendio o memorias.

COSTO DE PUBLICACIÓN

Trabajos de investigación aceptados para publicación debe de cubrir el costo de publicación por página. En nuestro sitio web www.THEIBFR.org encontrará los detalles.

SUBSCRIPCION

Información detallada sobre el proceso de subscripción a nuestras revista esta disponible en nuestro sitio web: www.THEIBFR.org.

COMO CONTACTARNOS

Mercedes Jalbert, Managing Editor
Revista Internacional Administracion & Finanzas
The IBFR
P.O. Box 4908
Hilo, HI 96720
editor@theIBFR.com

WEBSITE

www.theIBFR.org, www,theIBFR.com

PUBLICATION OPPORTUNITIES

REVIEW of BUSINESS & FINANCE STUDIES

Review of Business & Finance Studies

Review of Business & Finance Studies (ISSN: 2150-3338 print and 2156-8081 online) publishes high-quality studies in all areas of business, finance and related fields. Empirical, and theoretical papers as well as case studies are welcome. Cases can be based on real-world or hypothetical situations.

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. Visit www.theibfr.com/journal.htm for distribution, listing and ranking information.

Business Education & Accreditation

Business Education and Accreditation (BEA)

Business Education & Accreditation publishes high-quality articles in all areas of business education, curriculum, educational methods, educational administration, advances in educational technology and accreditation. Theoretical, empirical and applied manuscripts are welcome for publication consideration.

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. Visit www.theibfr.com/journal.htm for distribution, listing and ranking information.

Accounting & Taxation

Accounting and Taxation (AT)

Accounting and Taxation (AT) publishes high-quality articles in all areas of accounting, auditing, taxation and related areas. Theoretical, empirical and applied manuscripts are welcome for publication consideration.

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. Visit www.theibfr.com/journal.htm for distribution, listing and ranking information.

REVISTA GLOBAL de NEGOCIOS

Revista Global de Negocios

Revista Global de Negocios (RGN), a Spanish language Journal, publishes high-quality articles in all areas of business. Theoretical, empirical and applied manuscripts are welcome for publication consideration.

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. Visit www.theibfr.com/journal.htm for distribution, listing and ranking information.
