



Revista Internacional **ADMINISTRACION & FINANZAS**

Volumen 6

Número 4

2013

CONTENIDO

- Análisis de la Situación Financiera y la Aplicación de Herramientas de Planeación en Constructoras Familiares de Campeche, Mexico** 1
Román Alberto Quijano García, Deneb Elí Magaña Medina & Luis Alfredo Argüelles Ma
- Construcción de un Perfil de las Mujeres Emprendedoras en Torreón, Coahuila, México** 19
Liliana Guerrero Ramos, Francisco Canibe Cruz, María del Carmen Armenteros Acosta, Sandra López Chavarría & Gabriela Margarita Reyna García
- Perfil Socio-Demográfico de la Mujer en el Municipio de Chihuahua** 39
Virginia Ibarvo Urista, Gaspar Alonso Jiménez Rentería & Claudia Alvarado Delgadillo
- Comercio Informal: Un Estudio en el Municipio de Texcoco, Edo. de México** 51
Rebeca Teja Gutiérrez & Nidia López Lira
- La Transparencia de la Instituciones Públicas de Educación Superior del Noroeste de México** 73
Sonia Elizabeth Maldonado-Radillo, Víctor Manuel Alcántar Enríquez, Blanca Rosa García Rivera & María Concepción Ramírez Barón
- ¿Las Competencias de los Coordinadores Impacta la Acreditación de los Programas de Posgrado?** 89
Abraham Vásquez Cruz, Teresa García López & Milagros Cano Flores
- La Interacción de Factores del Modelo de Videoconferencia y su Influencia en el Proceso de Enseñanza-Aprendizaje** 105
Erika Patricia Alvarez Flores, Reyna Isabel Ochoa Landín, Lilián Ivetthe Salado Rodríguez & Rafael Armando Soto Bernal

ANALISIS DE LA SITUACION FINANCIERA Y LA APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS DE PLANEACION EN CONSTRUCTORAS FAMILIARES DE CAMPECHE, MEXICO

Román Alberto Quijano García, Universidad Autónoma de Campeche
Deneb Elí Magaña Medina, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Luis Alfredo Argüelles Ma, Universidad Autónoma de Campeche

RESUMEN

Actualmente en la ciudad de Campeche, México se genera un desarrollo económico que exige a sus empresas familiares formular planes estratégicos independientemente del sector al que pertenezcan para concretar sus objetivos a largo plazo e integrarse a un mundo empresarial en constante evolución. Este estudio es de tipo descriptivo porque se mide o recoge información sobre las variables que participan en el problema sujeto a estudio como nivel de conocimiento de la administración estratégica, y sus posibles ventajas; así como los indicadores que integran la posición financiera; el diseño es no experimental transversal ya que se recolectaron datos en un solo momento en su contexto natural, mediante entrevistas a los socios fundadores. El objetivo fundamental de esta investigación es evaluar la percepción del socio fundador respecto a la administración estratégica y su incidencia en la posición financiera de las organizaciones; los resultados señalan el escaso conocimiento de los administradores respecto a la misma como herramienta para el diseño de estrategias de posicionamiento y permanencia en el mercado, lo que se refleja en la situación financiera de las empresas, pues aquellas que han destacado lo han logrado gracias al empirismo y la capacidad individual del socio fundador.

PALABRAS CLAVE: Administración Estratégica, Análisis Financiero, Planeación

ANALYSIS OF THE FINANCIAL SITUATION AND THE APLICATION OF PLANNING TOOLS IN FAMILY BUILDING COMPANIES OF CAMPECHE, MEXICO

ABSTRACT

Nowadays in Campeche City, Mexico it is generated an economic development that requires to its familiar businesses to formulate strategic plans independently from the sector they belong to realize their long-term objectives, and integrate to a business world in constant evolution. This study is descriptive-type because it measures or recollect information about the variables involved in the studied problem as the level of knowledge of strategic management, and its possible advantages, as well as the indicators that integrate the financial position; the design is non-experimental transversal because the data was collected in one single moment in its natural context, through interviews with the founders. The main objective of this study is to evaluate the perception of the founder partner about strategic management, and its incidence on the financial position of the businesses; the results show little knowledge from the managers about it as a tool for designing of positioning strategies, and permanence in the market, that is showed in the financial position of the businesses, the ones that have been highlighted were due to empiricism, and individual capacity of the founder partner.

JEL: M15

KEYWORDS: Strategic Management, Financial Analysis, Planning

INTRODUCCIÓN

Las empresas familiares desempeñan las actividades propias de cualquier organización y están permanentemente influenciadas por fuerzas positivas y negativas que por consecuencia condicionan o afectan su rendimiento. Estas empresas emergen de la iniciativa del socio fundador y conforme la empresa crece y la familia también, se va complicando su rumbo, su establecimiento y su permanencia (Chua, Chrisman y Chang , 2004). Desafortunadamente, estas empresas presentan problemas de índole particular: muchas veces son administrados más por la intuición y la experiencia que con procedimientos básicos de Administración y planeación (Kuhlman, 1997). Por un lado la empresa familiar es un campo de unión donde armonizan las preferencias de los integrantes, se reconoce a una autoridad y la confianza ha de ser mutua; en contrasentido puede ser un marco de desunión familiar, ya que una sola persona impone su voluntad, los intereses personales frenan el objetivo principal de la empresa, los enfrentamientos familiares se canalizan al ámbito profesional pudiendo generarse un desorden destructivo con resistencia al cambio (Álvarez, 2002).

Planteamiento del Problema

En el sector construcción, al igual que en muchos otros, participan empresas familiares que manejan grandes cantidades de recursos económicos, humanos y tecnológicos sin embargo nacen, se desarrollan y desaparecen junto con la energía productiva del socio fundador y no logran, en la mayoría de las ocasiones, alcanzar sus objetivos inicialmente diseñados para el largo plazo (Horcasitas, 2001). La industria de la construcción es considerada prioritaria para la economía de los países, y su permanencia y desarrollo es primordial para los gobiernos ya que a través de esta actividad se provee de ingresos a la población económica más vulnerable mediante la generación de empleos. En el caso del estado de Campeche (a la cual pertenece la población objeto de estudio), se ocupó a 9,247 personas al mes de mayo de 2008 según la información emitida por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática [INEGI] (2009) que aunque forman parte de la población económicamente activa no cuentan con estudios suficientes para poder desempeñarse en otras actividades, lo que justifica la permanencia y crecimiento del sector para la estabilidad social de la entidad. De acuerdo a la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción [CMIC] (2008) delegación Campeche a la fecha no se ha desarrollado algún estudio que provea información respecto a la forma en que las empresas constructoras de la localidad se administran, qué objetivos se han propuesto, cómo los han alcanzado y qué herramientas aplicaron para ello.

Preguntas de Investigación

El planteamiento central de esta propuesta de investigación se concentra en las siguientes preguntas:

- 1.- ¿Cuál es la percepción y nivel de conocimientos de los socios fundadores de las constructoras familiares de la ciudad de Campeche respecto a la administración estratégica?
- 2.- ¿Cuál es la posición financiera de las constructoras familiares de la ciudad de Campeche?
- 3.- ¿Cómo incide la administración estratégica en la posición financiera de las constructoras familiares de la ciudad de Campeche?

Objetivos de la Investigación

Todo líder de empresa familiar desea crear su empresa, verla crecer, desarrollarse en forma sostenida, permanecer en el mercado y, lo más importante, alcanzar su trascendencia generacional. El presente estudio pretende alcanzar los siguientes objetivos:

- a. Evaluar la percepción y nivel de conocimientos de los socios fundadores de las constructoras familiares de la ciudad de Campeche respecto a la administración estratégica.
- b. Determinar la posición financiera de las constructoras familiares de la ciudad de Campeche.
- c. Identificar cómo incide la administración estratégica en la posición financiera de las constructoras familiares de la ciudad de Campeche.

La presente investigación está organizada como a continuación se presenta. En la sección de revisión de literatura se presenta una revisión comprensiva de la empresa familiar en México, el sector de la construcción y administración estratégica. Posteriormente, en la sección de metodología se presenta el tipo de instrumento utilizado, muestra y periodo utilizados. Seguidamente se presentan los resultados de la investigación. Finalmente, se presentan las conclusiones y las futuras líneas de investigación.

REVISION DE LITERATURA

En el presente estudio se analizará el concepto de administración estratégica y los elementos que influyen para su implementación o rechazo y la situación económica del sector construcción como parte de la problemática actual para que las constructoras familiares alcancen sus objetivos de largo plazo.

Empresas Familiares

Tanto en México como en otros países, las empresas familiares son fuente de empleo y contribuyen al Producto Interno Bruto (Shaker y Astrachan, 1995; Labbe, 1994; Morgan 1994, citados por Álvarez, 2002). Estas empresas desempeñan un papel fundamental para la economía mexicana y en su mayoría no concretan su transición de empresas de control familiar a organizaciones corporativas modernas. Martínez y Dorf (1998) y Camp (1989), citados por Álvarez (2002) identificaron que el control de los grupos industriales más importantes en México ha permanecido en las manos de núcleos familiares con un alto grado de poder e influencia en la economía nacional. Sin embargo presentan características particulares que las han hecho sujeto de estudio en aspectos tales como: su origen (Chua, Chrisman y Chang 2004), la forma en que integran y transmiten el conocimiento empresarial adquirido (Chirico y Salvato, 2008), el estilo de liderazgo del socio fundador y la manera de transmitirlo (Longenecker, Moore y Petty, 2001) y las estrategias utilizadas para impulsar su desarrollo (Craig y Moores, 2006; Lee 2006).

Importancia del Sector Construcción en la Población de Estudio

Las empresas familiares están presentes en todas las actividades económicas como es el caso del sector construcción, que es de los más complejos y uno de los principales indicadores de la economía mexicana. Este sector aún cuando es un indicador de la economía nacional, no contribuye de manera sustancial al PIB del país pues al cierre del ejercicio 2008 su aportación fue de 7.0%, menor comparado con la aportación de otros sectores como el manufacturero (18.6%), o el comercial (14.9%) que también integran la planta productiva (INEGI, 2009). Una de las causas es que la planta productiva no presenta incrementos en productividad, calidad y competitividad internacional ya que las empresas no tienen proyectos de expansión ni de diversificación, esto se aprecia mediante el Indicador global de la actividad económica que presenta altibajos en los últimos ocho años con tendencia a decrecer (Tabla 1).

Tabla 1: Indicador Global de la Actividad Económica en México (2000-2008).

Concepto	Información anual								
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
PRODUCCIÓN									
Indicador global de la Actividad económica (IGAE)									
variación real anual, %	6.6	-0.2	0.8	1.4	4.2	2.9	4.8	3.0	-2.4
Último mes	2.8	-2.0	3.0	4.3	4.4	2.4	3.3	-0.1	-3.8
PIB (variación real anual, %)	6.6	-0.2	0.8	1.4	4.2	3.0	4.8	3.3	1.3
Sector agropecuario (variación real anual, %)	0.6	3.5	0.1	3.1	3.5	-1.5	4.8	-8.9	15.8
Sector industrial (variación real anual, %)	6.1	-3.5	-0.1	-0.2	4.2	1.6	5.0	3.1	-5.9
Construcción (variación real anual, %)	4.2	-5.7	2.1	3.3	6.1	3.3	6.9	0.8	-7.1
Manufacturas (variación real anual, %)	6.9	-3.8	-0.7	-1.3	4.0	1.2	4.7	3.7	-6.6
Sector servicios (variación real anual, %)	7.3	1.2	1.6	2.1	4.4	4.2	4.9	4.9	-1.8
Consumo privado (variación real anual, %)	8.2	2.5	1.6	2.2	4.1	5.4	5.0	4.2	-1.1
Inversión (variación real anual, %)	11.4	-5.6	-0.6	0.4	7.5	7.6	10.0	10.6	5.3
Tasa de desocupación abierta nacional (%)									
Último mes	1.9	2.6	2.3	2.9	3.5	2.8	3.47	3.46	4.7
Promedio en el año	2.2	2.8	3.0	3.4	3.9	3.6	3.59	3.4	4.3

Esta tabla incluye los factores determinantes del índice global de la actividad económica según sector económico. Fuente: BANAMEX (2009) con datos de INEGI, SHCP y BANXICO.

Aún cuando su contribución al desarrollo económico, no es la ideal, es un sector básico para el país ya que es uno de los mayores generadores de empleo directo en los estratos sociales más necesitados, ocupando al 8.1% de la población económicamente activa (PEA) al cierre de 2008 ubicándose por debajo del sector comercio que empleó al 19.7%, el manufacturero que contribuye con el 15.5% y el sector primario que ocupa al 13.6% según datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) elaborada por el INEGI (2009).

Cabe destacar que la mayor parte de los recursos de este sector provienen de las partidas que el gobierno destina del presupuesto anual de egresos para obras de beneficio social; y ha destinado recursos para apoyar el desarrollo de este sector a través de los programas Cadenas Productivas y Financiamiento a Obra Pública vía NAFIN, o el programa Crediconstructor con la participación de la Secretaría de Economía, el Consejo Mexicano de Uniones de Crédito y el Centro para el Desarrollo de la Competitividad Empresarial, quienes diseñaron un plan piloto de crédito en cuenta corriente o avío para eventualidades de tesorería destinado a la pequeña y mediana empresa constructora (Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción, 2008). La industria de la construcción ha experimentado cambios estructurales junto con la decisión del gobierno de firmar el Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos y Canadá, lo que impuso nuevos retos y oportunidades a las que se debería ir adecuando de una manera gradual pero constante, hasta llegar a niveles de competitividad internacionales basándose en las siguientes premisas:

- 1.- La capitalización de las empresas del sector.
- 2.- Homologación fiscal.
- 3.- Reducción de la brecha tecnológica con respecto a otros países.

Las fortalezas del sector en términos de competitividad son su conocimiento del sector público y sus prácticas administrativas, experiencia en el mercado laboral, trato con sindicatos y sus relaciones con proveedores de materiales e insumos. Sus debilidades estructurales que sólo se resuelven a mediano y largo plazo son: Alto costo del financiamiento y sus restricciones, carga fiscal, tecnología obsoleta, falta de materiales estandarizados y a gran escala, lo que se refleja en los bajos niveles de productividad alcanzados por esta industria. El gobierno federal actual, ha diseñado el Programa Nacional de Infraestructura 2007-2012 que establece los objetivos, estrategias, metas y acciones para aumentar la cobertura, calidad y competitividad de la infraestructura del país. Este programa se deriva del Plan

Nacional de Desarrollo y es un elemento fundamental para elevar el crecimiento, generar más y mejores empleos y alcanzar el desarrollo humano sustentable (Secretaría de la Presidencia de la República del Gobierno de México, 2007).

Se pretende una inversión estimada consolidada durante los 6 años de 2,532 mil millones de pesos con un promedio de 422 mil millones de pesos anualmente y considera los sectores de comunicaciones, transportes, agua y energía. Según el Plan Nacional de Infraestructura una de sus metas es que para el año 2030, México se ubique en el 20% de los países mejor evaluados de acuerdo con el índice de competitividad que elabora el Foro Económico Mundial. En el caso del Estado de Campeche, el Plan Estatal de Desarrollo 2003-2009 representa los criterios técnicos y los propósitos institucionales del gobierno estatal y sostiene haber sido formulado con la participación de las instituciones públicas y de la sociedad civil (Gobierno del Estado de Campeche, 2004). Acelerar, ir al paso o frenar son los retos a que se enfrenta la política económica no existen recetas mágicas que permitan mantener el crecimiento de una economía sin que se tengan que aplicar ajustes a la misma, ya que el país no es un ente independiente e individual y la misma globalización y sus efectos internacionales lo afectan o benefician de manera simultánea como a todos los países (Parkin, 2000), con este nuevo gobierno, se planteó un paquete económico para el año 2007 de 2 billones 234,374 millones de pesos, y para 2008 2 billones 569,450 millones de pesos. Se prevé que los próximos años sean austeros, se tiene un grave problema estructural de falta de fondos públicos (los ingresos tributarios del gobierno representan el 10% del PIB) sin que se vaticine la multicitada Reforma estructural y con deficiencias en el pago y gestión de impuestos y por supuesto de administración eficiente y honesta de los recursos. Sin embargo, se ha anunciado por parte del gobierno federal, que se impulsará la construcción de infraestructura mediante Proyectos de Prestación de Servicios, que es una modalidad donde el sector público asume el pago de cuotas y destina una renta del presupuesto en función del número de usuarios atendidos, lo que garantizaría a los inversionistas privados un flujo permanente de ingresos.

Administración Estratégica

La globalización exige actualmente a las empresas mantener altos estándares de calidad para alcanzar y sostener su ventaja competitiva, para ello una herramienta clave es la Administración Estratégica la cual se define como “El arte y la ciencia de formular, implantar y evaluar las decisiones a través de las funciones que permita a una empresa lograr sus objetivos” (Fred, 2003, p 5). La formulación de estrategias y su contenido también se ven afectadas por la interacción de la familia y el negocio y en ocasiones dejan de ser verdaderas soluciones para convertirse en simples cambios. El diseñar correctamente una estrategia es importante cuando se aproximan procesos como el de sucesión, nuevas divisiones empresariales, diversificaciones o bien su internacionalización.

Ariza; Molina y Ramírez (2006) afirman que por tradición se ha identificado a la empresa familiar enfocada en dos dimensiones: el grado de propiedad y la participación de los miembros de la familia en la gestión de la empresa. Sin embargo, se ha comenzado a considerar otros aspectos en su administración, como la intención de transmitir el negocio a la siguiente generación o la influencia de la visión de la familia en la dirección estratégica. Dentro del mismo tópico de estrategias administrativas, Filbeck y Smith (1997) desarrollan un estudio evaluando la influencia de la personalidad de los miembros de una empresa familiar y qué tipo y cómo deben ser diseñadas las estrategias que eviten la aparición de conflictos por el enfrentamiento o choque de los diferentes caracteres de los miembros. Para ello aplican el indicador de tipo Myers – Briggs, el cual es un instrumento teórico reconocido para evaluar la personalidad y la interacción de los individuos. En las conclusiones obtenidas, señala que una buena comunicación facilita la obtención de objetivos y que las diferencias de personalidad causan problemas o son agravados cuando no se comunica en forma eficaz las metas de la organización y de la familia como tal. Cater y Schwab (2008), mediante un estudio de caso argumentan que el desarrollo e implementación de estrategias para las firmas familiares están influenciadas por ocho características propias a saber:

fuertes lazos familiares, reemplazo de candidatos a ocupar la alta dirección, orientación interna, sistemas informales de administración, motivos altruistas, integración de administradores profesionales, consenso en la orientación y orientación de metas a largo plazo. Concluyen mediante esta investigación empírica que los elementos antes citados conforman la ‘familiness’ de las firmas familiares y que estos elementos se hacen presentes en diferentes grados pero son decisivos en los cambios de la alta dirección y la forma en que se toman las decisiones a largo plazo o bien el diseño de estrategias para épocas de crisis y de recuperación. Planear para lograr la transición de una generación a otra es un proceso difícil y se considera el compromiso más importante en la administración de empresas familiares y éste se hará presente tarde o temprano por diferentes razones, su falta de previsión como es sabido puede llevar a la división familiar y como consecuencia a la desaparición de la organización; y es aquí donde se da la contribución del estilo de liderazgo al éxito de la familia y la empresa, como indica Sorenson (2000) mediante un estudio desarrollado con 59 empresas familiares pequeñas del estado de Texas, obteniendo resultados significativos respecto a la participación del líder en las costumbres familiares y los niveles de satisfacción de los miembros de la empresa, con sus personalidades tan distintas entre si a saber:

autocríticos, participativos, expertos, pero todos con el objetivo común de integrar armónicamente a la empresa y familia. Pero no sólo la personalidad del líder influye en la vida diaria de las organizaciones, pues no es el único que legalmente tiene derecho a decidir, pues existen más socios que tienen aportaciones de capital en la empresa, que no trabajan en ella pero que tienen un derecho de voto que les permite decidir el futuro de la organización, tal como lo estudió Vilaseca (2002) basándose en la teoría de Agencia, examinó los elementos que influyen en el conflicto de intereses y objetivos entre los accionistas que no laboran en la empresa familiar y aquellos que conforman el equipo de alta dirección de la misma.

Analizó los resultados obtenidos en encuestas aplicadas a 156 accionistas de 10 empresas españolas familiares, combinando información tanto cualitativa como cuantitativa y encontró que el grado de compromiso de la empresa familiar está negativamente correlacionado con el número de miembros de la familia que ocupan puestos directivos y que la relación que resalta de forma positiva es la que existe entre los socios no directivos con la empresa respecto al compromiso de elevar su nivel de crecimiento. Igualmente señala, como otros autores, que los resultados de los mecanismos y procesos implementados dependen de la atención que la empresa ponga en los tres subsistemas de la organización: propiedad, familia y empresa. Tokarczyk, Hansen, Grenn y Down (2007). en su estudio desarrollado sobre la teoría del rol que desempeñan los lazos filiales o fraternos dentro de una empresa familiar señalan que este “recurso intangible” tiene una influencia determinante en las relaciones familiares, y la eficiencia operacional cuando la organización está orientada hacia el mercado ‘familiness’.

Por su parte Forcadell, Montero, Ortiz y Sacristán (2001) definen la ‘familiness’ como el conjunto de recursos y capacidades específicos de la empresa familiar que en algún grado permiten la obtención y mantenimiento de sus ventajas competitivas. Ambos grupos de investigadores sostienen que este tipo de recursos permiten identificar con qué elementos cuenta la empresa familiar y a su vez desde la perspectiva del proceso, cómo se mejoran o destruyen los mismos con el paso del tiempo.

Por lo tanto, existe un cierto acuerdo en que los recursos más relevantes para obtener y mantener la ventaja competitiva son los intangibles y esto depende de un conjunto de orientaciones o enfoques como pueden ser: 1) enfoque basado en el conocimiento, 2) enfoque de los recursos, 3) orientación al mercado y 4) orientación al cliente. Las orientaciones antes descritas confluyen finalmente en una combinación de dos elementos que son: el conocimiento y la cultura, entendiéndose que esta última es el reflejo de la toma de decisiones y experiencias adquiridas en el devenir del tiempo y el cotidiano quehacer empresarial de la organización. En consecuencia, el conocimiento, recursos intangibles o ‘familiness’ es un factor decisivo en el proceso del diseño e implementación de la administración estratégica.

METODOLOGÍA

El diseño de esta investigación busca identificar la percepción que tienen los socios fundadores de las constructoras familiares de la ciudad de Campeche, respecto a la administración estratégica, y su incidencia en la posición financiera de las mismas. Este estudio es de tipo descriptivo porque se mide o recoge información sobre las variables que participan en el problema sujeto a estudio como nivel de conocimiento de la administración estratégica, y los indicadores para la determinación de la posición financiera; el diseño es no experimental transversal ya que se recolectaron datos en un solo momento en su contexto natural, mediante entrevistas a los socios fundadores. El método utilizado para la recolección de información cuantitativa y cualitativa es a través de trabajo de campo y la técnica empleada es la entrevista. (Hernández, Fernández y Baptista, 2006).

Sujetos en el Estudio

El estudio se desarrolló tomando como población las constructoras familiares de la ciudad de Campeche con especialidad en la construcción de vías terrestres y que aceptaron participar. Se eligió como población las empresas de este sector al considerar dos aspectos: a) generan empleo para individuos que en su mayoría no cuentan con niveles de estudio que les permitan acceder a otras actividades, y b) por su contribución al desarrollo económico, al construir vías de comunicación que facilitan el traslado de la población y la comercialización de los bienes y servicios producidos por la empresas ubicadas en la región. Las empresas inscritas con esta especialidad fueron 60, según los dos primeros sectores de los tres que manifiestan como campos de actuación en el directorio de socios de la Delegación Campeche de la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción actualizado al día 6 de mayo de 2008.

Del universo antes señalado se identificaron y eliminaron 20 de las empresas por estar constituidas bajo el régimen de Personas Físicas con actividad empresarial, y que no estaban constituidas como sociedades mercantiles (personas morales) lo que redujo la población a 40 empresas, adicionalmente al momento de realizar las entrevistas a las 40 empresas consideradas en la población, se discriminaron aquellas que no cumplen los requisitos para ser consideradas como empresas familiares, y entonces tener plenamente delimitada la población. De las 40 constructoras familiares identificadas, aceptaron participar 31, sin embargo al administrar el instrumento se observó que dos de ellas no reunían uno de los dos requisitos mínimos para ser consideradas como empresas familiares a saber: la tenencia accionaria y la participación de por lo menos dos de los miembros de la familia en su administración y funcionamiento (Longenecker et al, 2001). Lo anterior delimitó el número de participantes a 29 firmas familiares lo que representa el 72.5% del universo inicial.

Delimitaciones

El acceso a la información se restringe por la rivalidad entre competidores en un mercado muy cerrado donde ganar la ejecución de una obra pública o privada depende en gran medida del celo con que se guardan las propuestas técnicas, financieras y legales que hacen las constructoras a sus clientes ya sean empresas privadas u organismos del gobierno, por lo tanto la información financiera que proporcionaron los participantes fue al cierre del ejercicio 2008 porque los empresarios consideraron que su difusión no impactaría los fallos de futuras licitaciones públicas. Las empresas sujetos de estudio son constructoras familiares pequeñas, especializadas en obra pública de vías terrestres públicas y privadas, establecidas en la ciudad de Campeche, las cuales contribuyen en lo económico, al desarrollar en la región obras de infraestructura, y en lo social, al proveer fuentes de empleo para la población con menor preparación académica y de menores ingresos salariales y oportunidades de empleo.

Instrumento

La información de tipo cualitativa y cuantitativa se obtuvo mediante la administración de una entrevista semi-estructurada a los 29 propietarios de las empresas familiares desarrollada por Brockhaus (2004), dividido en dos dimensiones: indicadores financieros (21 reactivos) y administración estratégica (15 reactivos) (Tabla 2).

Tabla 2: Tabla de Especificaciones de la Guía de Entrevista

Dimensión	Definición Operacional	Reactivos	Proporción
Indicadores financieros	Son parámetros numéricos que permiten analizar la posición financiera de una entidad a una fecha determinada.	1 – 21	58%
Administración estratégica	Se refiere al proceso de formular, implantar y evaluar las decisiones a través de las funciones que permitan a una empresa lograr sus objetivos.	22 – 36	42%

Definición operacional por dimensiones de la entrevista semi-estructurada aplicada a los socios fundadores. Fuente: Elaboración propia con datos de Brockhaus (2004).

Confiabilidad del Instrumento

Antes de realizar la entrevista se desarrolló una prueba piloto con el fin de comprobar la correcta comprensión de las preguntas planteadas y evitar desvíos en los objetivos propuestos, así como adaptar a la población de estudio los instrumentos antes citados, se administró el instrumento al 10% de la población inicialmente contemplada obteniéndose un alfa de Cronbach de .789 Posteriormente, al desarrollo de las entrevistas se estableció la confiabilidad al obtener un alfa de Cronbach de .775 parámetro que se considera aceptable (Hernández, Fernández y Baptista, 2006).

Procedimiento para Análisis de Datos

La construcción de sentido a partir de los datos cualitativos se estructuró en categorías que reflejen una visión total de la situación, conocido como análisis taxonómico (Spradley, 1979, 1980 citado por Bonilla y Rodríguez (1997), siguiendo esta pauta, se realizó un análisis de contenido general, consistente en codificar los datos de los cuestionarios en categorías y subcategorías, definidas operacionalmente y calculando las frecuencias de los fenómenos involucrados en ellas (Goetz y Le Compte, 1988) empleando las frecuencias para preguntas dicotómicas o numéricas y para las variables de cadena la interpretación de acuerdo a cada uno de los elementos de cada categoría. Se procedió a realizar el análisis de contenido en las respuestas de las entrevista para identificar la frecuencia de ideas y las palabras clave que expresen lo mismo convirtiéndose entonces en “frases testimonio” (Rodríguez, Gil y García, 1999).

RESULTADOS

Por motivo de confidencialidad, se asignó una clave numérica a cada una de las empresas, formada por un número del 1 al 40. La información obtenida es cuantitativa y cualitativa y tiene como objetivo mostrar los resultados de la aplicación de la entrevista semi estructurada. Los resultados del cuestionario señalan que todos los entrevistados afirman estar involucrados al 100% en las empresas, desempeñándose como directores generales, y de acuerdo a la frecuencia de respuestas (25.8%), tener entre 5 y 10 años de experiencia en el sector antes de constituir la constructora; se detectó que la más antigua se constituyó en 1982 y la más reciente entre las que participaron el estudio se creó en el año 2004. Respecto a su estado civil, informaron estar casados, y sólo un propietario manifestó pertenecer al género femenino. El rango de edad del socio fundador, con la frecuencia más alta fue el establecido entre 47 y 55 años, con un porcentaje del 38.7%. El 90.3% de los propietarios tiene la licenciatura como el nivel más alto de estudios.

Al analizar los indicadores financieros, se observó que la mayoría de los informantes reportan haber constituido más de una empresa tal como se observa en la Tabla 3, lo que indica su experiencia empresarial.

Tabla 3: Empresas Constituidas por los Propietarios de las Constructoras Familiares

Rango Empresas	Frecuencia	%
una empresa	11	37.9
de 2 a 4 empresas	14	48.3
de 5 a 7 empresas	1	3.5
de 8 a 10 empresas	3	10.3

Empresas constituidas por los socios fundadores como parámetro de experiencia empresarial. Fuente: Elaboración propia

Igualmente informaron que las constructoras familiares sujeto de estudio tienen un promedio de volumen de obra que oscila entre 3 a 5 obras anuales según la mayor frecuencia reportada (58.6%) como se describe en la Tabla 4.

Tabla 4: Volumen Promedio Anual de Obra Generado por la Constructora Familiar

Rango De Obras	Frecuencia	%
3 a 5	17	58.6
6 a 8	9	31.1
9 a 11	2	6.9
12 a 14	1	3.4

Obras adjudicadas por las empresas al cumplir los requisitos técnicos, legales y financieros establecidos en las licitaciones públicas. Fuente: Elaboración propia

Los ingresos de este tipo de constructoras se obtuvieron en el ejercicio 2007 y 2008 mediante el concurso y adjudicación de obra, mismos que se presentan en la Tabla 5, donde se aprecia que en 2007 el 62.2% se encuentra en el primer rango que va de poco más del millón hasta los 43 millones de pesos y en el 2008 el 65.6% obtuvo hasta 83 millones de pesos.

Tabla 5: Volumen de Ingresos del Año 2007 y 2008 (miles de pesos)

2007			2008		
Rango de ingreso	Frecuencia	%	Rango de ingreso	Frecuencia	%
\$1,405 a \$43,331	18	62.2	\$1,911 a \$83,734	19	65.6
\$43,332 a \$85,258	7	24.1	\$83,735 a \$165,558	7	24.1
\$85,259 a \$127,185	1	3.4	\$165,559 a \$247,382	0	0.0
\$127,186 a \$169,112	0	0.0	\$247,383 a \$329,206	1	3.4
\$169,113 a \$211,039	2	6.9	\$329,207 a \$411,030	0	0.0
\$211,040 a \$252,966	1	3.4	\$411,031 a \$492,853	2	6.9

Ingresos obtenidos por la ejecución de obra pública con la especialidad en vías terrestres. Fuente: Elaboración propia

Los ingresos generados por este sector sirven para cubrir sus costos de operación como materia prima, gastos indirectos y mano, siendo precisamente este último rubro donde la industria de la construcción contribuye a la economía del Estado y a la sociedad, al generar y mantener fuentes de empleo. Los empleos generados tanto de tipo eventual como permanente, se presentan por rangos en la Tabla 6 para los años 2007 y 2008.

Como parte de los indicadores financieros se solicitó a las empresas información sobre el valor de sus activos totales al cierre del ejercicio 2008, esta cifra incluye el activo circulante, la inversión en inmuebles, planta y equipo así como los activos diferidos de la firma familiar. Igualmente se requirió que proporcionaran el capital contable el cual comprende las aportaciones de capital social y reservas, así como el capital ganado y el capital contribuido (utilidades o pérdidas del ejercicio y acumuladas). La ecuación contable general establece que para determinar la situación financiera de una entidad a una fecha

determinada, la suma del activo total será igual a la suma del pasivo total más el capital contable; dentro de la información requerida por el cuestionario no se solicita el valor del pasivo total, pero éste se obtuvo restando al activo total la cantidad reportada de capital contable, pudiendo así integrar los datos globales del balance general de las compañías sujetas de estudio, tal como lo establecen las normas de información financiera en la serie A-5 emitidas por el Consejo Mexicano para la Investigación y desarrollo de Normas de Información Financiera del Instituto Mexicano de Contadores Públicos AC. (IMCP, 2009). El activo total, el capital contable y pasivo total se plasman en rangos en la Tabla 7.

Tabla 6: Total de Empleados Años 2007 y 2008

Rango de Empleados	2007		2008	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
5 a 96	26	90.0	24	83.0
97 a 188	0	0.0	2	7.0
189 a 280	0	0.0	0	0.0
281 a 371	2	7.0	0	0.0
372 a 463	1	3.0	2	7.0
464 a 555	0	0.0	1	3.0

Empleos generados por las organizaciones que se caracteriza por ocupar personal con escasa preparación académica. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7: Valor del Activo Total, Capital Contable y Pasivo Total Año 2008 (miles de pesos)

Rango de Activo Total	Frecuencia	%	Rango de Capital Contable	Frecuencia	%	Rango de Pasivo Total	Frecuencia	%
\$1,105 a \$25,562	10	34.6	\$552 a \$15,926	10	34.6	\$61 a \$12,081	17	58.7
\$25,563 a \$50,020	9	31.0	\$15,927 a \$31,301	9	31.0	\$12,082 a \$24,101	6	20.7
\$50,021 a \$74,478	7	24.2	\$31,302 a \$46,676	7	24.2	\$24,102 a \$36,121	0	0
\$74,479 a \$98,936	1	3.4	\$46,677 a \$62,050	1	3.4	\$36,122 a \$48,142	3	10.3
\$98,937 a \$123,394	1	3.4	\$62,051 a \$77,425	1	3.4	\$48,143 a \$60,163	1	3.4
\$123,395 a \$147,852	1	3.4	\$77,426 a \$92,800	1	3.4	\$60,164 a \$72,184	2	6.9

Esta tabla muestra los elementos que integran el estado de situación financiera totalizado al cierre de 2008. Fuente: Elaboración propia

Con la información proporcionada se aplicaron las razones financieras pertinentes que señala el apéndice C de la norma de información financiera A-3 (IMCP, 2009), a los datos de cada firma con la intención de determinar la posición financiera al cierre de 2008. Por la limitante de la información proporcionada, sólo se evaluaron dos parámetros de solvencia en el área de apalancamiento, un parámetro de eficiencia operativa y uno de rentabilidad. La solvencia o estabilidad financiera, evalúa el exceso de activos sobre los pasivos y como consecuencia la suficiencia de capital contable de las entidades; sirve al usuario para examinar la estructura de capital contable de la entidad, en términos de la mezcla de recursos financieros y la habilidad de la entidad para satisfacer sus compromisos a largo plazo (IMCP, 2009). La solvencia mide los niveles de apalancamiento y de cobertura de deuda de las empresas y para el caso de las organizaciones estudiadas, se puede observar que éstas tienen un grado de apalancamiento promedio de 104.30 %. Respecto a la eficiencia operativa (que se refiere al grado de actividad con que la entidad mantiene niveles de operación adecuados), sólo se evaluó un parámetro de actividad operativa en el largo plazo de los dos disponibles según el apéndice C, de la norma de información financiera A-3 (IMCP, 2009); encontrándose que en promedio la inversión en activos totales contribuye a la generación de ingresos 1.6925 veces. Por último, en el rubro de rentabilidad, (que es la capacidad promedio de las empresas estudiadas para generar utilidades o incremento en sus activos netos), sólo se evaluó un parámetro relativo al crecimiento en ventas del rubro de retorno sobre ingresos de un total de nueve fórmulas disponibles. El resultado obtenido del promedio de las empresas analizadas nos señala que tuvieron en el ejercicio 2008 un incremento en ventas del 81.58 %. A pesar de la limitación en indicadores, éstos se consideran positivos al cierre del ejercicio 2008 (salvo los niveles de apalancamiento), más aún si se considera que el pronóstico del PIB del sector construcción para el año 2009 sea de -4.9% según la gerencia de economía y financiamiento de la dirección técnica de la CMIC

(2009). El instrumento administrado igualmente comprende la dimensión de la administración estratégica la cual buscó identificar el conocimiento de los propietarios sobre la misma como herramienta de planeación, el grado de implementación y las estrategias que se tienen diseñadas y que se aplican actualmente en dichas organizaciones. Esta dimensión está determinada por los reactivos 22 a 36. Con el objetivo de tener una idea más clara de la percepción que tienen los propietarios de las empresas respecto a la administración estratégica como herramienta de planeación y el diseño de estrategias, se desarrolló un análisis cualitativo para evaluar dicha percepción y se asignó un puntaje para obtener finalmente un índice de percepción de la administración estratégica. De la sección de preguntas abiertas del instrumento se seleccionaron los comentarios más representativos de entre todas esas respuestas, considerándose como “frases testimonio”, como sugieren Besson y Haddadj (2002) desarrollando los siguientes pasos

- a) Identificar la frecuencia de mención de cada frase testimonio en cada una de las 29 empresas participantes. Para ello se asignaron puntajes de acuerdo a los parámetros que se presentan en la Tabla 8.

Tabla 8: Escala Cualitativa Asignada al Porcentaje de Frecuencia de Respuesta

Rango Porcentual	Rango Sobre 29 Empresas	Escala Cualitativa Asignada Según Frecuencia de Mención	Escala Cuantitativa Tipo Likert
más del 90% de las empresas	27 o más empresas	Siempre	6
81% a 90% de las empresas	24 a 26	muy frecuentemente	5
61% a 80% de las empresas	18 a 23	Frecuentemente	4
41% a 60% de las empresas	13 a 17	varias veces	3
21% a 40% de las empresas	7 a 12	algunas veces	2
1% a 20% de las empresas	1 a 6	rara vez	1

Escala cualitativa y cuantitativa utilizada en la agrupación de “frases testimonio”, y que sirvieron de base para la construcción del Índice de percepción de la administración estratégica. Fuente: Elaboración propia de acuerdo a la metodología de Besson y Haddadj (2002)

- b) Se obtuvo la suma de la frecuencia de cada una de las frases testimonio, por empresa.
- c) El puntaje máximo que podía tener cualquier empresa fue de 108 (6 puntos máximo por 18 reactivos).
- d) Se dividió el número obtenido en el inciso “b” entre 108 y el resultado se multiplicó por 100, para obtener un “índice de percepción de la administración estratégica” (IPAE). A mayor IPAE,
- e) significa que el propietario tiene un mejor conocimiento de la administración estratégica (Tabla 9).

Los socios fundadores mencionan que llegaron a ser propietarios de las empresas por contar con un capital propio para invertir y tener la iniciativa para ello; su principal razón para iniciar la empresa fue fomentar un patrimonio para la familia, teniendo como plan primario crecer como empresa pero sin tener un plan estratégico por escrito para lograrlo. Al momento de realizar la entrevista la mayoría de los propietarios se desempeñan como gerentes generales y tienen como forma de organización el tipo vertical. Las actividades que les reportan el 80% de los ingresos a la empresa son la urbanización y la construcción de vías terrestres. En el aspecto productivo informan que la complejidad de los procesos depende de las especificaciones técnicas de los contratos y que esto a su vez depende de las características de la obra. Al cuestionar las fortalezas con las que cuentan estas organizaciones la que tuvo mayor frecuencia de respuestas fue la calidad y oportunidad en los servicios pues el servicio ofrecido cumple con las cláusulas del contrato en los plazos establecidos, apoyado por los logros empresariales, del cual consideran como el mayor, el permanecer en el sector construcción a pesar de las crisis y que tiene como característica ser muy competitivo.

Tabla 9: Índice de Percepción de la Administración Estratégica

Reactivos	Empresa														
	2	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
p1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
p3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	3	3	3
p4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1
p10	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
p22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
p23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1
p24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
p25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
p26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
p27	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4
p28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
p29	1	1	4	1	4	4	4	1	4	1	1	4	4	4	1
p30	1	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	1	2
p31	3	1	2	3	1	1	3	3	3	2	2	3	3	3	3
p32	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3
p33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
p34	2	3	3	3	2	2	3	2	1	2	2	3	2	3	2
p35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Puntaje	53	52	58	56	53	56	57	52	55	50	55	58	52	50	50
Puntaje Máximo	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
IPAE (%)	49.1	48.1	53.7	51.9	49.1	51.9	52.8	48.1	50.9	46.3	50.9	53.7	48.1	46.3	46.3

IPAE= Índice de percepción de la administración estratégica = Puntaje / Puntaje máximo x 100. Fuente: Elaboración propia

Tabla 9: Índice de Percepción de la Administración Estratégica (Continuación)

Reactivos	Empresa														
	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
p1	3	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3	3	1	
p3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	
p4	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	
p10	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	1	6	1	
p22	4	4	4	4	1	4	1	1	1	1	4	4	4	1	
p23	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	5	5	5	
p24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
p25	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	1	5	1	
p26	4	4	4	4	4	4	1	1	4	1	1	1	4	1	
p27	4	2	4	4	4	4	4	1	1	2	2	1	4	4	
p28	1	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	
p29	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	1	4	1	
p30	3	3	1	3	3	3	1	1	3	2	3	1	2	2	
p31	3	2	2	2	2	3	2	1	1	1	2	2	1	3	
p32	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	
p33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
p34	3	3	3	3	3	3	2	1	2	2	2	3	3	3	
p35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
Puntaje	60	57	56	56	52	56	42	33	48	47	48	35	54	36	
Puntaje Máximo	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	
IPAE (%)	55.6	52.8	51.9	51.9	48.1	57.9	38.9	30.6	44.4	43.5	44.4	32.4	50.0	33.3	

IPAE= Índice de percepción de la administración estratégica = Puntaje / Puntaje máximo x 100. Fuente: Elaboración propia

La gran mayoría reporta no tener un plan de negocios escrito, salvo una empresa que menciona estar en proceso de diseño. Respecto a las estrategias diseñadas y que tienen implementadas señalan que administrar los costos es la preferida para fomentar el crecimiento empresarial seguida de la inversión en equipos, aunque hay quien menciona no tener alguna estrategia. En cuanto a estrategias para financiar el crecimiento señalan preferir el financiamiento externo vía proveedores o líneas de crédito como el arrendamiento financiero; en este caso igual existe una mención de no tener estrategias para el financiamiento. En este sentido la firmas familiares responden que no hay disponibilidad de capital en la localidad para iniciar un negocio, pues el financiamiento es escaso y los bancos han cerrado o limitado el crédito para este sector; por lo tanto es necesario iniciar con capital propio.

Al cuestionarse los conocimientos que tienen los propietarios de las organizaciones sobre la administración estratégica, la mayoría de los entrevistados (22), manifiestan no conocerla, seguidos muy de cerca por aquéllos que dicen haber oído sobre ella pero no la aplican y otros señalan que saben que es una herramienta administrativa útil pues saben que es una medida de control, que sirve para planear el futuro de las empresas mediante el diseño de su misión, visión y objetivos, pero en contrario igual dicen saber que requiere de tiempo y recursos. Como resultado general el 93% de los participantes comentaron que no aplican la administración estratégica en grado alguno y sólo dos organizaciones señalan aplicarla aunque no al 100% sin especificar un parámetro de medición. Se observa que la mayor parte de las empresas dicen no conocer o que no existen organismos que brinden asesoría empresarial; seguidos de los que reconocen la existencia de individuos o grupos en la comunidad que pueden ayudarles a evaluar sus ideas empresariales pero manifiestan que no dan un servicio adecuado pues argumentan falta de comunicación y el no concretar los procesos.

Discusión de Resultados

El análisis de la información cualitativa de los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento a los propietarios de las firmas familiares y su comparación con los resultados obtenidos por los diversos investigadores considerados en el marco teórico de este estudio, se encontró que a pesar de que el 90.3% de los socios fundadores han alcanzado una licenciatura como nivel máximo de estudios, donde predomina la profesión de Ingeniero Civil, no aplican la administración estratégica en sus empresas, lo que puede originarse de un conocimiento mínimo sobre administración empresarial como parte de los planes de estudio de la carrera que cursaron y que se imparten en la región tal como lo señala Barroso (2005). De acuerdo al grado de estudios manifestado no se esperaba que la percepción y aplicación de la administración estratégica en las compañías participantes sea prácticamente nulo y no se pudieran evaluar las posibles ventajas en aquellas empresas que si la tuvieran implantada como lo refieren Fred (2003) y Sharma, Chrisma y Chua (1997), y que las estrategias que aplican para fomentar el crecimiento empresarial y el financiamiento de las mismas, se han desarrollado sobre una base empírica, y no por seguir una metodología previamente diseñada y probada con base en los resultados financieros, partiendo del hecho de no tener un plan de negocios escrito (sólo una empresa informó estar en proceso de formalización del mismo), y tener una escasa identificación de fortalezas de sus propias organizaciones, por lo tanto no existe un proceso de formulación, implementación y evaluación de estrategias para el logro de metas y objetivos tal como lo señalan Sharma et al. (1997) y Cater y Schwab (2008). En contrario consideran que uno de sus mayores logros empresariales es permanecer en el sector sin definir las condiciones de su permanencia, la cual puede irse debilitando dadas las condiciones económicas actuales y los requerimientos de la globalización.

En el ámbito financiero se encontró que estas organizaciones logran adjudicarse mediante concursos de obra pública; por lo menos tres obras anuales, aunque aquéllas que se adjudican más de diez (10.3%) comentaron que esto lo logran participando en otras entidades del país, lo cual no se esperaba y permite concluir que la actividad en estudio depende económicamente del sector público (presupuesto anual de egresos de la federación) y que el mercado local no es suficiente para proveer un mayor número de obra a las firmas participantes. Cabe aclarar que penetrar el mercado de una ciudad distinta requiere del diseño de planes, estrategias e inversión de recursos (Fred, 2003), y ninguna de las empresas participantes que lo ha logrado reportó este hecho (por desconocimiento o recelo), lo que coincide con la influencia del liderazgo señalada por Filbeck y Smith (1997) y que sería parte de sus fortalezas respecto a sus competidores, o ser una de las estrategias implementadas para el fomento del crecimiento empresarial, (Craig y Moores, 2006) y (Lee 2006).

Finalmente, dentro de los resultados encontrados y no esperados, es notorio que al intentar determinar el vínculo o la relación (mediante el establecimiento de índices) que guardan la administración estratégica

(IPAE) con la posición financiera se obtuvo una relación baja y sin fuerza, considerando que es el reflejo del escaso o nulo conocimiento que manifestaron los socios fundadores respecto a la administración estratégica como herramienta para planear el futuro de sus organizaciones (Cater y Schwab, 2008), a la falta del diseño e implementación de más y mejores estrategias para fomentar y financiar el crecimiento empresarial, y no tener por lo menos bien identificadas más de una de sus fortalezas respecto a sus competidores y reflejar todo de manera formal en un documento, para intentar establecer una ventaja competitiva, acorde a su visión empresarial y planeación de la transición generacional como sugiere Sorenson (2000). Por otra parte dentro del análisis efectuado no se obtuvieron resultados esperados pero que no fueron encontrados pues dentro del grupo de empresas existen algunas que han incursionado en otros estados del país pero que no han aplicado algún esquema de alianzas estratégicas mediante la participación en corporativos o consolidaciones empresariales, lo que podría limitar planes futuros relativos al incremento de su presencia en el mercado local, o regional e incluso proyectos de diversificación, (Horcasitas, 2001).

Al evaluar la posición organizacional de los socios fundadores como plantea Vilaseca (2002), se encontró solo un propietario de género femenino por lo que en el caso de las empresas pertenecientes a este estudio, se señala que ésta es una actividad económica dominada por el género masculino sobre todo en las posiciones de liderazgo y a nivel directivo, contrario a la expectativa de hallar una mayor participación de las mujeres en este sector lo que coincide con lo especificado por Vera y Dean (2005), y que demuestra que por lo menos en este sector el género es un factor relevante en los puestos directivos. No se encontró como parte de las estrategias algún plan o documento que indique que estas empresas estén planeando ya su futuro y que, como organizaciones familiares, estén consientes de la transición generacional y la necesidad de la designación de un sucesor de forma metodológica para dar continuidad a la organización como tal (Horcasitas 2001, Alvarez, 2002 y Chua et al. 2004).

Los resultados obtenidos permiten que esta investigación contribuya a que las empresas familiares participantes del sector construcción analicen su situación financiera y qué herramientas administrativas han utilizado para mejorar su presencia en el mercado o bien cómo mejorarla con un plan escrito que incluya el diseño, implementación y evaluación de estrategias tanto operativas como de sucesión generacional, que coadyuven a reducir la probabilidad de su extinción al pasar a manos de la siguiente generación. Socialmente, es necesario contribuir a la permanencia de estas organizaciones ya que una de sus características es la creación de empleos, en su mayoría, para un sector de la población con escasos estudios, tal como se observó en las organizaciones participantes donde el 83% ocupó hasta 100 trabajadores en los años estudiados.

CONCLUSIONES

Con los resultados obtenidos de acuerdo a las entrevistas, se pudieron identificar las principales características de la población de estudio respecto a la situación financiera de las empresas participantes y la percepción del propietario respecto a la administración estratégica como elemento sustancial para planear el futuro de la organización.

La primera pregunta de esta investigación cuestiona la percepción y nivel de conocimientos de los socios fundadores de las constructoras familiares de la ciudad de Campeche respecto a la administración estratégica determinándose que: Primero, las organizaciones participantes, no reportan tener un plan de negocios escrito, o estar desarrollándolo actualmente, salvo una empresa que señala estar en dicho proceso, por lo que no cuentan con metas, objetivos y valores definidos, así como tampoco han diseñado su misión y visión, como parte de un proyecto de administración estratégica, lo que permite señalar que su planeación se circunscribe solo al corto plazo. Segundo, no han elaborado algún estudio en lo particular que les permita un conocimiento real de sus debilidades y fortalezas, para aprovechar las oportunidades del sector construcción o evitar las amenazas de los competidores y del mercado en conjunto, como es el caso de la crisis financiera internacional que afecta a todas las actividades

económicas. Tercero, los logros empresariales, se limitan a la permanencia en el sector, pero no manifiestan tener un plan metodológicamente desarrollado y por escrito, con estrategias para incrementar su presencia o penetrar nuevos mercados. Las constructoras que han incursionado en otros estados del país lo hicieron orilladas por falta de obra suficiente en el Estado y no porque sea un objetivo de su plan de crecimiento empresarial. Cuarto, tienen un número reducido de estrategias para fomentar el crecimiento empresarial y financiar las actividades de la organización, careciendo de una metodología de investigación de mercados que les permitan evaluar los costos financieros de la fuente de financiamiento elegida para sus proyectos de inversión y quinto, la opinión de los socios fundadores sobre la administración estratégica es muy básica y en su mayoría la desconocen, por lo tanto no la aplican dentro de sus organizaciones, como una ventaja competitiva.

La segunda interrogante planteada, es relativa a la posición financiera de las constructoras familiares de la ciudad de Campeche concluyéndose que: Primero, en general, no fue posible determinar una posición financiera integral de las empresas participantes, aunque los resultados financieros obtenidos mediante la aplicación del método de razones, deja entrever que existe un crecimiento en el nivel general de ingresos, pero esto se debe a que las firmas más grandes han incursionado en otros mercados de la región sur del país, lo que señala que tienen la capacidad técnica para hacer frente a otros competidores y la necesidad de concursar en nuevas plazas ante la carencia de obras públicas suficientes para el sector. Segundo, en términos numéricos las empresas se limitaron a proporcionar el valor total de los rubros solicitados de sus balances generales y estados de resultados, mostrándose reacios a proporcionar las cifras individuales que integraban los grupos generales de cuentas como el activo circulante, inmuebles, planta, equipo, activo diferido o bien la integración de sus pasivos, por lo cual no es posible un análisis minucioso de la posición financiera de las mismas, pudiendo evaluarse parcialmente su solvencia, eficiencia operativa y su rentabilidad, sin que proporcionen elementos relativos a su grado de liquidez y tercero, la importancia de contar con esta información radica en que permitiría evaluar los resultados financieros de las empresas si tuvieran implementada la administración estratégica o parte de ella; y poder comparar los logros económicos respecto a aquellas organizaciones que no cuentan con una herramienta de tipo estratégico y administrativo o bien servir de base para desarrollar comparaciones financieras futuras una vez que decidieran utilizar la administración estratégica como ventaja competitiva.

Finalmente no fue posible determinar el grado de incidencia de la administración estratégica en la posición financiera de las empresas participantes ante el conocimiento y aplicación mínima de la herramienta como parte integrante de la planeación de largo plazo de estas organizaciones, por lo tanto es factible considerar que la posición que ocupan en el mercado es resultado de las cualidades administrativas y de liderazgo del socio fundador basada en empirismo y experiencias empresariales anteriores. La investigación presenta como principal limitante la falta de información cuantitativa para determinar la posición de las organizaciones en el mercado, sin embargo, muestra un panorama descriptivo sobre la problemática de estudio, por lo tanto, futuras líneas de investigación podrían estar enfocadas a identificar si la situación es similar en otros estados de México, proponiéndose su realización en otros sectores económicos y países.

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario Aplicado al Propietario de la Empresa Familiar

Empresa:
 Numero:
 Fecha:

El objetivo del presente estudio es analizar la situación financiera y la aplicación de herramientas de planeación en la empresa. Por favor responda las preguntas siguientes:

1	¿Cómo llegó a ser el propietario o gerente de esta empresa?
2	¿Cuántas empresas ha iniciado?
3	¿Cuál fue su principal razón para iniciar este negocio?
4	Cuando inició este negocio, ¿Cuál fue su plan primario?
5	¿Cuál es su más alto nivel de estudios terminado?
6	¿Cuál es su sexo?

7	¿Cuántos años de experiencia tenía en el campo o industria cuando inició o se unió a este negocio?
8	¿Cuál es su edad?
9	¿Cuál es su estado civil?
10	¿Cuál es su posición en este negocio?
11	¿A qué grado está usted involucrado en el negocio?
12	¿Cuál fue el volumen de ingresos en su negocio en el último ejercicio fiscal?
13	¿Cuál fue el volumen de ingresos en su negocio el ejercicio fiscal anterior?
14	¿Cuál fue el número de empleados de tiempo completo (o su equivalente si usted tiene empleados de medio tiempo) en su organización al final del último ejercicio fiscal?
15	¿Cuál fue el número de empleados de tiempo completo en su organización al final del ejercicio fiscal anterior?
16	¿Qué año inició operaciones su firma?
17	¿En qué año asumió el control el más reciente administrador?
18	¿Cuál fue el valor de los activos totales de la compañía al cierre del último ejercicio fiscal?
19	¿Cuál es el capital total de la empresa?
20	¿Cuál es el pasivo a largo plazo de su empresa?
21	¿Cuánto volumen de obra genera?
22	¿Cuál es su forma de organización?
23	Clasifique las principales actividades del negocio
24	¿Cuál de sus principales servicios le generan el 80% de sus ingresos?
25	¿Qué tan complejo tecnológicamente es su producto/servicio?
26	¿Qué tan complejo tecnológicamente es su producción/operación?
27	¿Su negocio tiene una o más fortalezas únicas en el mercado en relación a sus competidores?
28	¿Tiene un plan de negocios escrito?
29	¿Cuáles son sus mayores logros empresariales?
30	¿Cuál es su estrategia preferida para fomentar el crecimiento empresarial?
31	¿Cuál es su estrategia preferida para financiar el crecimiento empresarial?
32	¿Qué opina sobre la administración estratégica? ¿A qué grado la aplica?
33	¿Qué tipo de individuos o grupos están disponibles en su comunidad para ayudarle a evaluar sus ideas empresariales?
34	¿Cuál es la disponibilidad de capital para iniciar un nuevo negocio en su comunidad?
35	Proporcione la ubicación de su negocio.
36	Proporcione copia del organigrama de la empresa.

Observaciones:

Fuente: Kats, Brockhaus and Hills (1983) citados por Brockhaus (2004).

REFERENCIAS

- Álvarez J. (2002). “Empresas familiares: factores de éxito”. España: Intermanagers.
- Ariza J., Molina H. y Ramírez J. (2006). El concepto de la Empresa Familiar. Recuperado de www.aeca.es/xiiiicongreso/aeca/cd/237b.pdf
- Banamex (2009). Análisis Económico. Recuperado el 17 de marzo de 2009 de: www.banamex.com
- Barroso F. (2005). “Comunicación y desempeño organizacional. Aplicación de los enfoques cualitativo y cuantitativo en empresas constructoras pequeñas”. Memoria del X foro de investigación: Congreso Internacional de Contaduría Administración e Informática. México
- Besson D. y Haddadj S. (2002). “Dysfunctions in owner- manager succession process in family firms and how a SEAM intervener-researcher can address them”. *Journal of Organizational Change Management*. 16, 1 pp. 83-89.
- Bonilla, E. y Rodríguez, P. (1997). “La investigación en Ciencias Sociales. Más Allá del dilema de los métodos”. Bogotá, Colombia. Ediciones Uniandes, Grupo Editorial Norma.
- Brockhaus R. (2004). “Family businnes succession: suggestions for future research. *Family Business Review*”. 12,2. pp165-177.
- Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción [CMIC] (2008). Estadísticas. Recuperado el 9 de mayo de 2008 de: www.cmic.org.

- Cater J. y Schwab A. (2008). "Turnaround strategies in established small family firms. Family Business Review". 21,1 pp. 31- 50
- Chirico F. y Salvato C. (2008). "Knowledge integration and dynamic organizational adaptation in family firms. Family Business Review. 21, 2 pp. 169-181.
- Chua J., Chrisman J. y Chang E. (2004). Are family firms born or made? An exploratory investigation. Family Business Review". 17,1 pp. 37-54
- Craig J. y Moores K. (2006). "A 10 – year longitudinal investigation of strategy, systems and environment on innovation in family firms". Family Business Review. 19, 1 pp. 1-10
- Filberck G. y Smith L. (1997). "Team building and conflict management: strategies for family businesses". Family Business Review. 10,4 pp. 339 – 352
- Forcadell F., Montero A., Ortiz M. y Sacristán M. (2001) "La familiness de la empresa familiar: una aproximación a su contenido". XIII Congreso Nacional ACEDE. Universidad Rey Juan Carlos Madrid.
- Fred R. (2003). "Conceptos de administración estratégica". México: Prentice Hall.
- Gobierno del Estado de Campeche (2004). "Plan Estatal de Desarrollo 2003-2009". México: Talleres del Gobierno del Estado de Campeche.
- Goetz, J.P. y LeCompte, M.D. (1988). "Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa". Madrid, España, Ediciones Morata, S.A.
- Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2006). "Metodología de la investigación". México: Mc Graw Hill.
- Horcasitas M. E. (2001). "La competitividad de la industria de la construcción". México: Cuadernos Fundación ICA
- Instituto Mexicano de Contadores Públicos AC. (2009). "Normas de información financiera". México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos AC.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2009). Información económica. Recuperado el 8 de abril de 2009. www.inegi.gob.mx.
- Kuhlman, R. (1997)" Negocios vs. Familia". Entrepreneur. 5(12), 28-29
- Lee J. (2006). "Family firm performance: further evidence". Family Business Review.19, 2. pp. 103- 114.
- Longenecker J., Moore C. y Petty W. (2001). "Administración de pequeñas empresas". México: Thomson Learning.
- Parkin M. (2000). "Macroeconomía". México: Pearson
- Rodríguez, G. Gil, J, y García, E. (1999). "Metodología de la investigación cualitativa". Málaga, España, Ediciones Aljibe.
- Secretaría de la Presidencia de la República de México. (2007). Programa Nacional de Infraestructura 2007-2012. Recuperado el 11 de mayo de 2008 de www.presidencia.gob.mx

Sharma P., Chrisman J. y Chua J. (1997). "Strategic management of the family business: past research and future challenges". *Family Business Review*. 10, 1. pp. 1-35.

Sorenson R. (2000). "The contribution of leadership style and practices to family and business success. *Family Business Review*". 13, 3. pp. 183 – 200

Tokarczyk J., Hansen E., Grenn M. y Down Jon (2007). "A resource-based view and market orientation theory examination of the role of "familiness" in family business success". *Family Business Review*, 20,1. pp. 17-31.

Vera C. y Dean M. (2005). "An examination of the challenges daughters face in family business sucesion". *Family Business Review*. 18, 4. pp. 321- 345

Vilaseca A. (2002). "The shareholder role in the family business: conflict of interests and objectives between nonemployed shareholders and top management team". *Family Business Review*. 15,4. pp 299-320.

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. Correo electrónico: rq6715@hotmail.com

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, Tabasco Correo electrónico: deneb_72@yahoo.com

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. Correo: luisarguellesmaa@hotmail.com

CONSTRUCCIÓN DE UN PERFIL DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS EN TORREÓN, COAHUILA, MÉXICO

Liliana Guerrero Ramos, Universidad Autónoma De Coahuila

Francisco Canibe Cruz, Universidad Autónoma De Coahuila

María del Carmen Armenteros Acosta, Universidad Autónoma De Coahuila

Sandra López Chavarría, Universidad Autónoma De Coahuila

Gabriela Margarita Reyna García, Universidad Autónoma De Coahuila

RESUMEN

El mundo empresarial y de las decisiones económicas es, por tradición y cultura, un mundo masculino. Son escasas las referencias y autores que han abordado estas disciplinas desde una perspectiva de género, analizando las implicancias, diferencias, aportes e impactos que provoca la incorporación de mujeres al ámbito productivo, y más específicamente a la actividad emprendedora. Esta investigación tiene como objetivo: construir un perfil de las mujeres emprendedoras en Torreón, Coahuila, México; para lo que se aplicó un cuestionario a 66 empresarias. Como consecuencia del procesamiento estadístico realizado se obtienen los resultados que se agrupan en las siguientes dimensiones: Emprendedoras- Características Demográficas, Entorno y Organización, Indicadores o Desempeño Económico e Indicadores o Aspectos Motivacionales y Sociales.

PALABRAS CLAVES: Emprendedurismo / Enfoque De Género

DEVELOPMENT OF THE PROFILE FOR ENTREPRENEURIAL WOMAN FROM TORREON, COAHUILA, MEXICO

ABSTRACT

The business world and the economic decisions are, by tradition and culture, a masculine world. There are few references and authors that have approached these disciplines from a gender perspective; analyzing what it implies, differences, contributions and impact of the female incorporation in the productive environment, and specifically the entrepreneurial activities. The objective of the investigation is: build a profile of women with an enterprising spirit in Torreon, Coahuila, Mexico; for this purpose, a questionnaire was applied to 66 enterprising women. As a result of the statistic process, the results are grouped with the following dimensions: Entrepreneurial-Demographic Characteristic; Environment and organization, Indicators or Economic Performance and Indicators or Motivational and Social Aspects.

JEL CODE: J16

KEY WORDS: Entrepreneurship / Gender

INTRODUCCION

Las investigaciones con enfoque de género han tomado auge en las últimas décadas con el estudio sobre la violencia doméstica, la discriminación de la mujer en diferentes entornos, y la participación de la mujer en la política, entre otros temas, lo que ha generado sugerencias de políticas públicas o de otra índole, contribuyendo a mejorar la situación de discriminación sufrida durante siglos. Sin embargo, en lo referido a revelar las peculiaridades de la participación de las mujeres en las

actividades productivas, concretamente su papel como emprendedora de nuevos negocios o como directivas en empresas, las contribuciones son más recientes y escasas. En México, en noviembre del 2003, se efectuó el Primer Encuentro Nacional de Mujeres Empresarias, organizado por el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES). En ese marco se aplicó un cuestionario a 178 mujeres provenientes de todas las zonas del país, aunque con predominio de la zona centro (64.6%). Algunos de los resultados de este estudio revelan: la mayoría de las empresas (41 %) en el sector servicios, seguidas por el comercio (27 %); predominio de las microempresarias (55 %), cuatro de cada cinco empresas creadas por mujeres fueron fundadas por ellas mismas, solo un 13.9 % fue heredada de los padres; el motivo predominante para emprender es por necesidad (42 %). La mayoría de las empresarias declaró ser socia de su empresa (55 %) sobre todo con socios familiares, mientras que un 45 % son propietarias únicas de su empresa. (Instituto Nacional de las Mujeres. México.) Este estudio provee un resultado parcial de una investigación que pretende sistematizar y actualizar un perfil de la mujer emprendedora en el estado de Coahuila, que no existe en la actualidad.

Por ello los objetivos que se proponen son los siguientes:

- 1- Determinar las características fundamentales sociodemográficas de las emprendedoras en estudio.
- 2- Identificar relaciones de estas emprendedoras con el entorno.
- 3- Analizar los factores relacionados con la empresa, características propias de la organización creada, las formas de propiedad, estrategias administrativas, objetivos empresariales y resultados.
- 4- Evaluar las actividades que se llevan a cabo previamente a la creación de la empresa y su impacto en el éxito empresarial, así como los factores que motivan más a las empresarias.

Los resultados de este estudio revelan aspectos que no eran conocidos sobre las emprendedoras en Torreón, por lo que los mismos se muestran en lo adelante, en la siguiente estructura: una Revisión literaria para mostrar los antecedentes bibliográficos más significativos localizados, la metodología empleada, la caracterización obtenida en las siguientes dimensiones de análisis: Emprendedoras- Características Demográficas, Entorno y Organización, Indicadores o Desempeño Económico e Indicadores o Aspectos Motivacionales y Sociales, las Conclusiones y las Referencias Bibliográficas.

REVISIÓN LITERARIA

El género se define como “una categoría que ayuda a decodificar las características que se les atribuyen a las personas por cuestión de sexo”, ha implicado varias cuestiones y dificultades, como por ejemplo: ¿Cómo definir a la mujer, basándose en rasgos que no sean solo los físicos?. Una gran parte de los estudios de género están encaminados a establecer políticas de igualdad para construir sociedades más justas sin distinciones entre hombres y mujeres, por lo que, “la equiparación entre hombres y mujeres llegará cuando nadie hable de estudios de género, de acciones positivas, programas de paridad, *mainstreaming* de género y de todas las futuras medidas sociales que se tomarán encaminadas a la desaparición de la desigualdad entre géneros en las sociedades de hoy en día”. (Ramírez Belmonte, 2008).

Desde hace varias décadas se han desarrollado estudios de género desde diferentes perspectivas, y durante los años 80 se llevó a cabo un interesante debate sobre el concepto género, impulsado desde el feminismo anglosajón, como un instrumento útil en los análisis de las Ciencias Sociales y para el rediseño de políticas. (Fernández Poncela). Algunos hitos importantes para indicar un proceso evolutivo, aunque tortuoso en su evolución, en relación con el reconocimiento de la situación de desventaja de las mujeres, se sitúan a partir de 1967, cuando la Comisión sobre el estado de la mujer de las Naciones Unidas, adopta una Declaración sobre la eliminación de toda forma de discriminación contra la mujer. En este documento se hace un reconocimiento a dichas desigualdades –en materia de acceso a la educación, oportunidades

laborales y atención sanitaria y discriminación que experimenta la mujer en todo el mundo, a la vez que se abordan derechos civiles y políticos de la mujer. Posteriormente se pueden citar, cuando en 1975 las Naciones Unidas lo establecen como “Año Internacional de la Mujer para promover la igualdad entre hombres y mujeres”, y en ese mismo año, se realizó en México, la Primera Conferencia Mundial de la Mujer, la que marcó las pautas para el posterior desarrollo de la mujer y la eliminación de todo tipo de discriminación. En 1979 surge el instrumento internacional más importante sobre los derechos de la mujer: la Convención sobre la Eliminación de todas formas de discriminación contra la mujer, que entraría en vigor en 1981. Dos Conferencias Mundiales en 1980 y 1985, tuvieron lugar en Copenhague y Nairobi (y en esta última se constata que no habían sido resueltas las principales demandas de las mujeres, y es aprobado el Programa de Acción para la segunda mitad de la década de la mujer de las Naciones Unidas, cuyo objetivo fue perfeccionar las propuestas de igualdad establecidas en la primera conferencia mundial, adoptándose estrategias progresivas para el adelanto de la mujer hasta el año 2000, con medidas concretas para promover el estado de la mujer en el desarrollo económico, social, cultural y jurídico en el ámbito nacional e internacional.

En 1990 una comisión de las Naciones Unidas sobre el estado de la mujer comprueba que, aunque globalmente la conciencia sobre los problemas que afectan a la mujer había aumentado, aún quedaba mucho trabajo por hacer para obtener “igualdad de derechos entre hombres y mujeres”, tal como propugna la Carta de las Naciones Unidas; y en 1995, 20 años después del primer Año Internacional sobre la Mujer, las Naciones Unidas organizan la Cuarta Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre la Mujer: Acción a favor de la Igualdad, Desarrollo y la Paz, que tuvo lugar en Beijing, China; en la que se postula que “la equidad de género, junto a la justicia social, la protección del medio ambiente, la paz y el respeto a los derechos humanos, constituyen necesidades impostergables de la humanidad, de manera que se mantiene la necesidad de que se enmendaran las desigualdades de género que acompañarían el advenimiento del nuevo siglo”. (Bueno Sánchez & Valle Rodríguez, 2005)

En el contexto latinoamericano, hasta el 2004, se habían desarrollado 9 Conferencias Regionales, concluyéndose en la novena, que la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en diversos ámbitos es aún una tarea pendiente en la región, y al escribir este trabajo, comprobamos que, más de 40 años después de la primera iniciativa mencionada en 1967, el Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres 2009-2012 (Proigualdad), “busca garantizar los derechos humanos de las mujeres, la no discriminación, el acceso a la justicia y a la seguridad, así como fortalecer las capacidades de las mujeres para su fortalecimiento económico, a favor de generar mayores oportunidades para su bienestar y desarrollo”. (PNUD. México., 2010) Este mismo Informe plantea en lo referente al empleo, “que el establecimiento de una economía competitiva requiere igualdad en la remuneración y en las condiciones laborales entre mujeres y hombres, así como la eliminación de la segregación en el acceso a puestos y determinación de ocupaciones por motivos de sexo.

En 2007 se reportó un 41.4% de participación femenina y un 78.2% de participación masculina Sin embargo, el porcentaje de mujeres empleadoras fue tan sólo el 2.5% de la población económicamente activa femenina, cuando para los hombres fue del 6.5%”. (PNUD. México., 2010) A mediados de los años 80 (del siglo XX) en países como Estados Unidos, Reino Unido y Canadá, aparecieron las primeras investigaciones que consideraron al individuo emprendedor por su género, y en ellas se planteaba que las mujeres no creaban empresas o que no había diferencias de actuar con respecto a los hombres. Lamolla en el 2005 explica que durante el período de 1980 a 1987 en la revista académica “Frontiers of Entrepreneurship” solo se publicaron 13 artículos escritos por mujeres de un total de 277. (Valencia Silva M. M., 2010)

En las últimas décadas se observa un incremento de la atención hacia los problemas de la mujer y en los esfuerzos para mejorar la situación de discriminación sufrida durante siglos. En particular nos ocupan los estudios dirigidos a la participación de las mujeres en las actividades productivas, concretamente su papel

como emprendedora de nuevos negocios. En España, por ejemplo, las Cámaras de Comercio, la Fundación INCYDE y el Instituto de la Mujer, con el apoyo del Fondo Social Europeo, parten de que catorce de cada cien mujeres ocupadas (en un trabajo remunerado) ha creado su propio puesto de trabajo, su propio negocio, para hacer un profundo análisis de los obstáculos que enfrentan las mujeres a la hora de crear sus empresas, su perfil, las diferencias de género y las políticas de apoyo. (Cámaras de Comercio. Fundación INCYDE. Servicio de Estudios., 2007) Un interesante estudio de la investigadora Lidia Heller, publicado por la CEPAL, examina las continuidades y transformaciones en la participación de la mujer latinoamericana en actividades productivas, en un sentido amplio: se incluyen pequeñas y medianas empresas (PYME) y micro emprendimientos. Entre las conclusiones de su estudio se destaca que la información presentada confirma que las tasas de participación de mujeres en el mercado laboral se han incrementado durante la última década en la mayoría de los países de la región, sin embargo persiste la segregación por género en ocupaciones de baja productividad. Ellas siguen concentradas mayoritariamente, en áreas de la economía informal, como el trabajo doméstico, trabajo familiar no remunerado, ocupaciones que ofrecen un empleo precario, de baja calidad, irregular o sin remuneración, por lo cual tienen escaso o nulo acceso a la seguridad social o a la protección social. Es aún muy escasa la proporción de mujeres empleadoras en la mayoría de los países de la región.

(Heller, 2010) Otras investigaciones han estado encaminadas a identificar características y competencias de las mujeres empresarias en un afán por construir perfiles en distintos contextos y atendiendo a diferentes variables. Así por ejemplo, un estudio en México señala las siguientes características y competencias asociadas: Compromiso (Estrategia empresarial orientada a la organización y relaciones más que a las innovaciones tecnológicas y tendencia a buscar más la cooperación que la competencia), Participación (Trabajo en equipo), Intuición (Visión), Creatividad (Capacidad de planificación y Flexibilidad), Adaptabilidad (Capacidad para balancear tareas y actividades), Reflexión (determinación en la toma de decisiones), Actitud oportuna (Facilidad para la comunicación interpersonal), Independencia (Liderazgo), Trabajadora (Negociación y comunicación efectiva y Búsqueda de la eficacia y la eficiencia), Seguridad en si misma e independencia (Gran capacidad para delegar autoridad y tolerancia a la frustración). (Romo Rojas, Suárez Salazar, & Llamas Batres, 2007)

Un perfil de mujeres emprendedoras en Argentina se centra en determinar para mujeres exitosas el grado de existencia de las siguientes características personales: autoeficacia, foco de control, necesidad de logro, así como la presencia y grado de participación de mentores en el desarrollo personal y profesionales; y variables culturales. (Rábago, D'Annunzio, & Monserrat). En Chile, plantean que la experiencia, la propiedad y el tipo de emprendimiento que poseen actualmente (capaz de explicar un 21,93 % del perfil) pone de manifiesto la existencia de mujeres con alta experiencia en labores de emprendimiento; las características sociodemográficas (capaz de explicar un 13,69% del perfil presenta a las mujeres con alto nivel socioeconómico y educacional sobre 30 años de edad y casadas, participando activamente en emprendimientos; educación, edad y jefatura de las emprendedoras (capaz de explicar un 11,59 % del perfil) muestra dos perfiles opuestos; y la educación, región y afiliación a grupos y sociedades (capaz de explicar un 9,93 % del perfil) también muestra dos perfiles antagónicos.

(Pizarro S., Amorós E., Guerra G., & Leguina R., 2009) Existen estudios de la participación de la mujer en el sector público y privado desarrollados por Gina Zabludovski. (Zabludovski, 1993). Al referirse al incremento de la participación de la mujer en los puestos directivos, esta autora plantea que en la década de los 90, se observó un avance significativo en la presencia de mujeres como funcionarias del sector privado y público, ya que éste aumentó del 14.8 % en 1991, a 19,6 en 1995, y a 24.6 % en el año 2000. (Zabludovski, Las mujeres en los cargos de dirección en México.) Hasta donde nuestro conocimiento alcanza, no está definido un Perfil de la Mujer Emprendedora en general en México, ni en sus estados, lo que justifica la necesidad de esta investigación, que muestra un resultado parcial para una muestra intencionada en la ciudad de Torreón, y que como parte de un proyecto de investigación mayor sobre la Autonomía y el empoderamiento económico de las mujeres, pretende continuar y sistematizar con

investigaciones posteriores, la construcción y comparación de los perfiles de mujeres emprendedoras, en esta ciudad, la comarca lagunera y el Estado de Coahuila, entre otros propósitos. (Guerrero Ramos & Armenteros Acosta, 2010)

METODOLOGÍA

Este es por esencia un estudio exploratorio y descriptivo, que utiliza fundamentalmente el método cuantitativo. El análisis documental de estudios previos constituye la base para analizar y sistematizar los precedentes de esta investigación, en los aspectos teórico y metodológico. Para la investigación empírica, mediante la recolección de información y su posterior análisis, se hicieron algunas adaptaciones a un Cuestionario validado en una tesis doctoral defendida en ESADE, titulada: “Factores que influyen en las nuevas empresas creadas por mujeres”, el que se muestra en el Anexo 1. (Valencia Silva, 2010) Como guía para las características de las emprendedoras (“female entrepreneurship”) se utilizó el mismo método que Valencia Silva, quien se apoya en el Modelo de creación de empresas de Gartner en las dimensiones: “la emprendedora (individuo)”, “el entorno”, los estudios enfocados a nivel de la “organización”, y finalmente el “proceso” de creación de la empresa. (Valencia Silva M. M., 2009) A sugerencia de la revisión arbitral se reconsideraron las dimensiones de una manera más escarecedora como: Emprendedoras-Características Demográficas, Entorno y Organización, Indicadores o Desempeño Económico e Indicadores o Aspectos Motivacionales y Sociales.

Se aplicó el cuestionario en forma de entrevista a 66 empresarias, durante los meses de enero y febrero del 2012, tratando de tener representatividad de los sectores industrial, comercial y de servicios. Para el procesamiento y obtención de gráficos univariados se utilizó el Excell. Posteriormente se exportó esta base de datos al software IBM SPSS Statistics 19, a fin de recategorizar los datos y realizar otros análisis estadísticos. En particular para el análisis de Resultados, de los 15 indicadores que califican en “éxito” o que afectan los resultados de las nuevas empresas creadas por mujeres emprendedoras, se utilizó el método de regresiones lineales para las variables continuas – familia, resultados de las empresas y objetivos empresariales. Para las variables dicotómicas – plan de empresa, experiencia profesional e instituciones externas-- se usaron los métodos no-paramétricos de Kolgomorov-Smirnov, la cual es una prueba de bondad de ajuste y sirve para contrastar la hipótesis nula de que la distribución de una variable se ajusta a una determinada distribución teórica de probabilidad. Para la construcción del Perfil de las Mujeres Emprendedoras en Torreón, Coahuila México, además de la tesis mencionada y otros estudios citados en el texto, se toma como particular referencia el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que desde el 2004 estudia el emprendedurismo femenino (“female entrepreneurship”) y que ofrece su más reciente estudio sobre este aspecto en el 2010. (Global Entrepreneurship Monitor).

RESULTADOS

Se plantea que la mujer en las sociedades capitalistas desarrolladas sufre, efectivamente, las consecuencias de un sistema cuyos objetivos y modelos de éxito están definidos por la cultura dominante del varón, y es legítimo que desde posiciones feministas se clame por el cambio del sistema y por enfoques metodológicos que permitan un análisis del sistema que no se limite a reproducirlo. Pero mientras tanto la sociedad continúa su actividad diaria, y quizás los objetivos y los modelos de éxito cambien como consecuencia del desarrollo social, intelectual y profesional de la mujer. (Peris-Ortiz, Peris Bonet, & Ribeiro Soriano, 2010) En los países de menor desarrollo son aún más necesarios este tipo de estudios, dada la necesidad de rescatar a la mujer de siglos de atadura y sumisión, en los marcos de una sociedad de grandes tradiciones machistas. En este caso nos basamos en el Modelo de Gartner, citado en la metodología, que comprende cuatro aspectos, a saber, la emprendedora, el entorno, la organización, y el proceso de creación de la empresa, y a sugerencia de los árbitros revisores del artículo se modificaron las secciones a: Emprendedoras: características demográficas, Entorno y organización.

Tabla 1: Operacionalización de Variables del Estudio

Número de Pregunta del Cuestionario que se Abarca	Código de la Variable	Nombre de la Variable	Definición Y Cuando Aplique Cómo Se Estima O Calcula
2	Bloque I Datos Generales	Año de Nacimiento	Esta variable determina la edad de la persona encuestada y queda calculada al hacer una sustracción del año de nacimiento con respecto al 2012. Esta variable es trabajada en la (tabla 1 y 2) con estadísticos descriptivos.
5	Bloque I Datos Generales	Educación	Esta variable manifiesta el grado de estudios que tiene la encuestada y se calcula en base al tratamiento de una variable nominal cualitativa, se estudia en la (tabla 2) por medio de un análisis estadístico descriptivo.
7	Bloque I Datos Generales	Dependientes Económicos	Esta variable es cuantitativa y de razón, ya que plasma la cantidad numérica de personas involucradas con la situación económica de la emprendedora, se estudia en la (tabla 2) por medio de un análisis estadístico. Descriptivo
9	Bloque I Datos Generales	Motivaciones	Esta variable es nominal, ya que es cualitativa, habla de los motivos de haber emprendido su negocio, se estudia en la (tabla 2) por medio de un análisis estadístico.
22	Bloque VII Objetivos Empresariales	Sector de la Empresa	Esta variable también es nominal y cualitativa, permite saber en que sector está desarrollándose la empresa de la encuestada y se estudia en la (tabla 2) por medio de un análisis estadístico.
18	Bloque VII Objetivos Empresariales	Objetivos Empresariales	Esta variable es de razón y cuantitativa, nos permite conocer los objetivos empresariales que la emprendedora persigue y valora más, se tienen 13 objetivos que se estudian en una escala de likert, donde se mide 1= Nada importante y 7 = Extremadamente importante, se estudia en la (tabla 3) por medio de un análisis estadístico descriptivo e inferencial.
19	Bloque VII Objetivos Empresariales	Antigüedad de la Empresa	Esta variable es de razón y es cuantitativa y nos permite saber el grado de consolidación de la empresa, ya que plasman las encuestadas los años de haber iniciado sus actividades en la empresa, se estudia en la (tabla 4) por medio de un análisis estadístico descriptivo.
25	Bloque VIII Resultados de la Empresa	Indicadores de resultados	Esta variable es de razón y cuantitativa, nos permite conocer los resultados de la empresa en base a 15 indicadores, de los cuales se agrupan en indicadores que se relacionan en lo económico (5), social (4) y (6) individual con respecto los resultados obtenidos en las empresas y se estudian por medio de una escala de likert, donde se mide 1= Disminución significativamente, 4 = igual y 7 = Aumentado significativamente, se estudia en la (tabla 8) por medio de un análisis estadístico descriptivo e inferencial, además en las tablas (tabla 5, 6 y 7) se les da un tratamiento por medio del coeficiente del alfa de Cronbach, ya que es importante saber la correlación de los indicadores de cada grupo y con ello tener una fiabilidad en el tratamiento de todos los items. El alfa de Cronbach por debajo de 0,5 muestra un nivel de fiabilidad no aceptable; si tomara un valor entre 0,5 y 0,6 se podría considerar como un nivel pobre; si se situara entre 0,6 y 0,7 se estaría ante un nivel débil; entre 0,7 y 0,8 haría referencia a un nivel aceptable; en el intervalo 0,8-0,9 se podría calificar como de un nivel bueno, y si tomara un valor superior a 0,9 sería excelente.

La Tabla 1 muestra la descripción de las preguntas que fueron procesadas asociando las variables con su nombre y código, de acuerdo a la codificación en bloques del Cuestionario mostrado en Anexo 1, y la explicación de la forma en que se estima o calculan dichas variables para su interpretación.

Emprendedoras: Características Demográficas

De las 66 emprendedoras encuestadas, 57 para un 86 % son de Torreón, 6 (9 %) de Gómez Palacios, y 3 (5 %) de la ciudad de Lerdo, Durango. Esto porque el estudio se pretende ampliar a la Comarca Lagunera más adelante, pero en el presente la muestra es por tanto, representativa para la ciudad de Torreón. El primer dato analizado a partir del año de nacimiento fue la edad de las emprendedoras que se muestra en la (Tabla 2).

Tabla 2: Frecuencias y Marcas de Clase por Edades

Edad	Frecuencia f_i	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada	Marca de Clase X_i	$X_i * f_i$
24 -31	4	6.06	4	27.5	110
31- 39	16	24.24	20	35	560
40 – 47	22	33.33	42	43.5	957
48 -55	13	19.70	55	51.5	669.5
Más de 55	11	16.67	66	73.5	808.5
Totales	66	100.00			3105

En esta tabla se puede observar que hay un rango de edades de entre 24 y 92 años, es decir de 66 posibles edades diferentes en esta muestra, además el grueso de la muestra está representado en el intervalo de 40 á 47 años, ya que tiene un 33.33% de representatividad, su promedio es de $(3105/ 66) = 47$ años de edad.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que desde hace 12 años realiza y procesa encuestas en todo el mundo sobre las actitudes, actividades y aspiraciones de los emprendedores, durante el 2010 encuestó 175,000 en 59 economías. Cuando GEM analiza este tema de la edad plantea que el grupo de edad de 44 años de edad, es la categoría de edad más prevalente en las economías impulsadas por la innovación (Global Entrepreneurship Monitor) , lo que coincide con los resultados de nuestro estudio explicados anteriormente; y valdría la pena investigar más profundamente, ya que las economías impulsadas por la innovación están más asociadas a países desarrollados en general, lo cual no es el caso de México.

De acuerdo a un estudio de la CEPAL, el grupo más numeroso de mujeres emprendedoras tiene entre 31 y 45 años. En esta franja etaria, la edad productiva y reproductiva se yuxtaponen. El porcentaje de mujeres casadas es superior entre las emprendedoras (31%) que entre las ocupadas en general (27%), lo que abonaría la tesis de que el emprendedurismo brinda mayores facilidades para compatibilizar la vida personal y familiar. En tanto, éste como otros estudios, destaca que “las emprendedoras presentan mayor nivel educativo que sus pares varones. (Heller, 2010) En lo referido al estado civil, esta investigación encontró que el 59 % de la muestra estudiada son casadas o viven en pareja, mientras que el 21 % son solteras, el 14 % divorciadas o separadas, y un 6 % es viuda. El 76 % afirma tener hijos mientras el 24 % no los tiene. Se corresponde en general con el perfil que tienen los emprendedores, casados y con hijos.

(Valencia Silva M. M., 2009) Los resultados de este estudio coinciden con otros en afirmar que el nivel de educación tiene un impacto positivo sobre la entrada inicial de una empresa y su resultado futuro y con el estudio de referencia ya que en ese el 65 % de las empresarias tienen Educación Superior coincidiendo con la media española (Valencia Silva M. M., 2009), y en este caso el 68 % de la muestra tiene este tipo de estudios. Mientras que la experiencia profesional, que es considerada como un factor clave estructural que tiene gran impacto sobre la habilidad de las mujeres para crear un negocio y mejorar sus resultados, tuvo el siguiente comportamiento en el estudio: el 53 por ciento de las encuestadas afirmó tenerlo, mientras el 47 % no. “La mayoría de los estudios han concluido que las mujeres empresarias tienen mayor nivel de formación reglada que los empresarios varones pero menor nivel de formación específica para realizar actividades empresariales. (Romero, 1990; Lee y Rogoll, 1997)”... y también parece existir consenso en que “las mujeres empresarias acceden a la carrera empresarial con menor experiencia laboral que los empresarios varones, lo cual unido a su menor formación específica dificulta el desarrollo de la empresa y su orientación sectorial. (Alsos y Kolvereid, 1998)”. (Rodríguez Gutiérrez & Santos Cumplido, 2008) Aunque no se hace una comparación entre empresarios y empresarias se destaca en relación con estos planteamientos que en este estudio se denota un alto nivel de formación profesional de las emprendedoras mientras que la experiencia no muestra el mismo comportamiento.

Valencia Silva afirma que se puede decir en general que el motivo de las empresarias para crear una empresa es para aprovechar una oportunidad de negocio, siendo una minoría las que lo hacen por necesidad, aunque se observa en los países de bajos ingresos que el porcentaje de emprendedores por

necesidad se incrementa. Su estudio en España reveló que un 29 % lo ha hecho tanto por necesidad como oportunidad, y solo un 8 % lo hace por necesidad. (Valencia Silva M. M., 2009)

La realidad en Latinoamérica es totalmente diferente, y así lo confirma un estudio realizado en el 2010 para América Latina, dónde se reconoce que en su mayoría, las mujeres se convierten en empresarias más por necesidad que por vocación, y el mayor reto que enfrentan es superar el rezago en diversas áreas, fundamentalmente en la conciliación entre familia-trabajo, por lo que se considera que el tipo de políticas públicas debe ser diferenciado para impulsar las PYMES de hombres y mujeres”. (Secretaría Permanente del SELA, 2010) En el estudio que se presenta predomina una combinación de ambos motivos, aunque en el análisis por separado es mayor en un 5 %, (27 %) el Motivo Necesidad que el de Oportunidad (23%).

Algunas características personales como su estado civil, si existen personas que dependen de ella son factores también que afectan sus motivaciones. Las investigaciones de la actividad emprendedora con enfoque de género han demostrado en primer lugar, que entre las características de las empresas impulsadas por mujeres destacan su menor dimensión media respecto a las de los varones y su decidida orientación hacia actividades de servicios tradicionales, especialmente comercio, hostelería y servicios personales. (Clark y Janes, 1992). En la investigación realizada se confirma lo anteriormente expresado, y que constituye consenso en las investigaciones en lo referido a que los sectores predominantes en los que emprenden las mujeres son el de comercio y los servicios, siendo éste último el de mayor atracción (41 %). En su mayoría tienen hijos o familiares mayores que dependen de ellas. La Tabla 3 muestra el comportamiento de las características en observadas esta dimensión.

Tabla 3: Perfil de las Mujeres Emprendedoras en Torreón, Coahuila, México

Característica	Expresión en el Perfil de las Mujeres Emprendedoras en Torreón
Edad Promedio	Promedio de edad – 47 77 % de 31 a 55, 33 % de 40 a 47 años.
Educación	68 % tiene estudios universitarios, superando los niveles de comportamiento de los países de altos ingresos.
Motivaciones	Predomina en un 47 % la conjunción de motivos, seguido de la Necesidad (27 %)
Sector De Sus Empresas	Servicios (41 %), Comercio (33 %)
Dependientes Económicos	El 77 % de las mujeres emprendedoras tienen dependientes económicos. (Hijos o familiares)

Entorno y Organización

En esta dimensión cobra especial importancia el análisis de la accesibilidad y disponibilidad de capital. Algunos estudios plantean que las mujeres son discriminadas por las instituciones bancarias y otros que no. La mayor evidencia parece indicar que bien sea por ser mujer o porque sus empresas son generalmente muy pequeñas por lo que no cumplen con los requisitos para el crédito, no acceden con facilidad a ellos. Otro aspecto crucial son las redes de relaciones en que se apoyan las mujeres empresarias tanto formales como informales, con múltiples actores desde familiares hasta organizaciones consolidadas, tales como asociaciones, cámaras, etc. Un mentado estudio de “Women Networks Eurochambres” revela que tanto la simple participación como los puestos ocupados por mujeres en asociaciones profesionales son mínimos, y que a pesar de que han crecido las mujeres empresarias, existe una tendencia demostrada a la homofilia en todas las asociaciones tanto de hombres como de mujeres, que las mujeres se afilian más por motivos afectivos y los hombres por motivos más instrumentales; y además las mujeres tienen falta de tiempo para dedicarse a esto por el asunto de conciliar la atención a los hijos, etc. (Valencia Silva M. M., 2010).

Los resultados de este estudio son en general, coincidentes con estos hallazgos anteriores ya que las empresarias se apoyan mayoritariamente en la familia, pareja, padres, hermanos e hijos (en ese orden). En

afiliación a Asociaciones profesionales solo 5 de las encuestadas (para un 7,5 %) manifestó pertenecer a alguna Asociación profesional.

“Parece existir cierto acuerdo en cuanto a que entre las mujeres empresarias, a diferencia de entre los empresarios varones, tienen más peso para dedicarse a actividades empresariales las motivaciones intrínsecas, tales como la necesidad de independencia, y también las motivaciones trascendentales, tales como la conciliación de la vida familiar y laboral (Kolvereid *et al.*, 1991). Entre las motivaciones extrínsecas de las mujeres empresarias domina por encima de otras según la mayoría de los estudios realizados la existencia del denominado «techo de cristal», que sería el formado por los obstáculos invisibles que discriminan a las mujeres en su carrera profesional como asalariadas (Hisrich y Brush, 1985).” (Rodríguez Gutiérrez & Santos Cumplido, 2008)

En lo referido a la organización, esta dimensión comprende el análisis de los factores relacionados a la empresa, características propias de la organización creada, las formas de propiedad, estrategias administrativas, objetivos empresariales, resultados y éxito empresarial. Los estudios han revelado que los hombres se asocian con cuatro o más personas, mientras que las mujeres con solo uno, generalmente su pareja, que la estrategia genérica que más utilizan es de Calidad en Producto o Servicios por el giro en el que predominan y el tamaño de las empresas, para las que generalmente no requieren de mucho capital por el tipo de empresas y su tamaño. En cuanto a los objetivos y resultados empresariales ellas las perciben de manera diferente a los hombres ya que no le dan el mayor peso a los económicos. (Valencia Silva M. M., 2010) Las empresas estudiadas son en su mayoría micro empresas (47), para un 71 %.

En el análisis de su antigüedad se aprecia que el más del 90 por ciento son empresas que pueden considerarse como consolidadas pues tienen más de 3 años e inclusive el 48.9 % tiene 20 años o más de creada. Esto habla muy bien de las emprendedoras en Torreón ya que han logrado consolidar sus microempresas cuando se conoce el fenómeno más grave que ocurre con las PYMES que radica en lo efímero de su existencia. (Ver tabla 4) También se analiza aquí las actividades que se llevan a cabo previamente a la creación de la empresa.

Un aspecto crucial es la creación de un plan de negocios o empresa, y está ampliamente demostrado en la literatura que en general las mujeres emprendedoras no desarrollan este plan. Otro aspecto estudiado en el proceso es la definición de objetivos empresariales en lo que existe consenso al plantear que las mujeres priorizan objetivos de tipo no económico. (Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial, 2010), (Carranza, 2007) (Global Entrepreneurship Monitor) (Cámaras de Comercio. Fundación Incyde Servicio de Estudios., 2007) (Heller, 2010) (Rodríguez Gutiérrez & Santos Cumplido, 2008). En este estudio un 67 % de las encuestadas no desarrolló un Plan de negocios, y en la (Tabla 4) se muestra el análisis estadístico de los objetivos empresariales.

Indicadores o Desempeño Económicos

No se analizaron en detalle los niveles de facturación pues los datos recabados no resultaron confiables, sin embargo, en el análisis de la evolución de la facturación de sus empresas desde su fundación, un 40 % responde afirmativamente, otro 40 % negativamente, y el restante 20 % responde que ha permanecido igual o no responde. Los resultados de las empresas fueron valorados por sus propietarias. Ellas consideraron como habían sido en los últimos tres años a través de 15 ítems, los cuales fueron distribuidos en tablas de frecuencias, para con ello, poder obtener la correlación entre los 15 ítems agrupados en los tres tipos de resultados con la validación de Alfa de Cronbach: Económicos, Individuales y Sociales.

Tabla 4: Estadísticos Descriptivos de los Objetivos Empresariales

Objetivos Empresariales	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación Típica
Rentabilidad y beneficio	63	3	7	6.46	.997
Crecimiento en ventas	63	3	8	6.46	1.090
Excelencia en el servicio/producto	64	3	7	6.64	.824
Supervivencia de la empresa	63	3	7	6.49	.998
Imagen de la empresa	64	3	7	6.50	.992
Obtener flexibilidad para conciliar trabajo y vida personal	63	3	7	6.57	.837
Mejorar su nivel económico	63	3	7	6.41	1.026
Independencia personal (libertad de decisión y de acción)	64	3	7	6.31	1.125
Satisfacción personal	63	2	7	6.41	1.131
Contribuir a la sociedad	62	2	7	6.05	1.372
Alcanzar un estatus social	64	1	7	5.48	1.902
Proveer empleos	63	3	7	6.17	1.225
Liderazgo en el sector empresarial al que se pertenece	63	1	7	5.95	1.679
N válido (según lista)	61				

Los trece objetivos empresariales descritos en esta (tabla 4), se analiza su comportamiento en la encuesta y nos permite hacer referencia analítica con los cinco indicadores (N, Mínimo, Máximo, Media y Desviación Típica), los cuales se ubican en cada columna de la tabla matriz, aquí se describen de la siguiente manera, en la columna (N) se refiere que de las 66 emprendedoras encuestadas, cuántas de ellas contestaron cada objetivo, es decir si analizamos el objetivo de "Rentabilidad y Beneficio" hubo 63 que contestaron y tres no, en cuanto a la columna de mínimo y máximo se refiere a que valor seleccionó en la escala de likert por cada encuestada, donde 1= Nada importante y 7 = Extremadamente importante, por tal en este objetivo estudiado de "Rentabilidad y Beneficio" su rango fue de 3 a 7, en la columna de Media, implica el promedio determinado por la suma de las 63 emprendedoras que contestaron con un promedio de 6.46 de dicha escala e indica la cercanía al valor de 7 que es extremadamente importante y por último la columna de la desviación de .997, este valor entre más pequeño está es mejor estandarizado el promedio, ya que los valores están con menos dispersión, a diferencia del objetivo de "Alcanzar un Estatus Social" que tiene desviación de 1.902.

Tabla 5: Antigüedad de las Empresas

Antigüedad de la Empresa	Frecuencia f_i	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Hasta 2 años	4	8.51	4
3 a 5	5	10.64	9
6 a 10	8	17.02	17
11 a 19	7	14.89	24
Mayor o igual 20	23	48.94	47
Totales	47	100.00	

Obsérvese el alto porcentaje de empresas consolidadas. En esta (Tabla 5) se muestra que del total de la muestra seleccionada de 66 emprendedoras, en esta pregunta sobre la antigüedad de la empresas, quedará representada por una "sub-muestra", ya que no contestaron a este reactivo 19 personas, sin embargo, el análisis arroja que se tienen de las 47 empresas, 23 de ellas con una antigüedad mayor de 20 años y representa el 49% de la "sub-muestra", tenemos 20 empresas menor a 19 y mayor de 3 años. (Global Entrepreneurship Monitor) considera que las empresas que sobrepasan los 3 años de operación ya pueden considerarse como consolidadas, por lo que de acuerdo con esta clasificación, más del 90 % de nuestra muestra se ubican en esta categoría.

Resultados Económicos: Variable constituida por los ítems: "Ventas"; "Beneficio"; "Cuota de mercado", "los productos o servicios ofertados" y "Resultados globales". Estos cinco ítems fueron promediados. Con un Alpha de Cronbach = 0.938. (Tabla 5).

La gran mayoría de las empresarias estudiadas manifiestan que su empresa obtuvo un incremento regular en sus resultados económicos, ya que se tiene un promedio de 4.5 sobre la escala de likert del 1 al 7, en el cual se puede distinguir que se considera igual las ventas en los últimos 3 años, pero sin embargo en específico para el ítem 'Rentabilidad y beneficios', el promedio de respuesta es de 6.46, el cual se interpreta como extremadamente importante y 45.9% de las emprendedoras consideran que sus empresas aumentaron significativamente en los resultados económicos, ya que un promedio de 28 emprendedores están en el rango de mayor que 4, es decir en el bloque del 5 al 7 en la escala manejada.

Respecto al 'Crecimiento en Ventas', se tiene que un promedio de 6.46 en la escala manejada, el cual implica que se vea muy significativo y un 92.06% de la encuestadas que habla de 58 emprendedoras están manejando la importancia en forma significativo del crecimiento de las ventas. Finalmente, en cuanto a la 'Supervivencia de su Empresa' podría decirse que es extremadamente importante, ya que un 94% así lo

considera y tan sólo un 1.5% no lo considera como importante, es conveniente informar que 3 encuestadoras no marcaron su respuesta En la (tabla 6) se resumen los indicadores para estos resultados económicos.

Tabla 6: Estadísticos Total-Resultados Económicos

Resultados de la Empresa	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Las ventas	18.25	27.367	.865	.809	.918
El beneficio	18.16	28.064	.895	.856	.912
La cuota de mercado	18.54	29.503	.813	.716	.927
Los productos o servicios ofertados	18.39	30.098	.812	.697	.928
Los resultados globales	18.04	29.784	.787	.671	.932
*Alfa de Cronbach					.938

**El alfa de Cronbach por debajo de 0,5 muestra un nivel de fiabilidad no aceptable; si tomara un valor entre 0,5 y 0,6 se podría considerar como un nivel pobre; si se situara entre 0,6 y 0,7 se estaría ante un nivel débil; entre 0,7 y 0,8 haría referencia a un nivel aceptable; en el intervalo 0,8-0,9 se podría calificar como de un nivel bueno, y si tomara un valor superior a 0,9 sería excelente. Si presenta un valor significativo en la Alfa de Cronbach, ya que se reconoce que mayor de (.800) es factible la correlación de estas variables de los resultados económicos y con ello se justifica el tratamiento de su análisis en forma grupal promediando su resultados y con ello tener fiabilidad en el tratamiento de la información de los ítems.*

Indicadores o Aspectos Motivacionales y Sociales

En esta dimensión el análisis contempla importancia que le dan las empresarias a los resultados individuales y sociales.

Resultados Individuales: Estos resultados están conformados por los seis ítems: “Satisfacción personal”; “Autoestima”; “Calidad de vida personal”; “Relación con la familia”; “Relación afectiva” y “Conciliación vida profesional”. Los seis ítems fueron promediados y tienen, un Alfa de Cronbach = 0.925 (Tabla 6). En cuanto a la valoración de los resultados individuales (Tabla 7) que les han proporcionado las empresas a sus propietarias a lo largo de 3 años de vida es bueno, ya que se tiene un promedio de 5.5 sobre la escala de likert del 1 al 7, en el cual se puede distinguir que se considera muy buenas en los 6 ítems que componen este bloque de resultados individuales de la emprendedora en los últimos 3 años. La gran mayoría de las emprendedoras puntúan alto el ítem de ‘Flexibilidad para conciliar trabajo y vida personal’, un 69.7% de ellas (46) lo consideran en lo más alto de la escala y, el resto de empresarias distribuye sus valores arriba del punto de indiferencia de la escala. Quedando así, un 15.2% para el siguiente nivel más alto de la escala y un 7.6% (5) para las que consideraron habían tenido un aumento medianamente importante y solamente una persona el 1.5% manifiesta que no es nada importante.

Tabla 7: Estadísticos de Resultados Individuales

Resultados de la Empresa	Satisfacción personal	Autoestima, confianza en Ud. misma	Calidad de vida personal	Relación con la familia	Relación afectiva	Conciliación vida profesional y personal
N	63	63	63	63	62	63
Válidos	63	63	63	63	62	63
Perdidos	3	3	3	3	4	3
Media	5.30	5.57	5.52	5.60	5.58	5.54
Desviación. típica	1.328	1.316	1.162	1.071	1.139	1.133
Varianza	1.762	1.733	1.350	1.146	1.297	1.285
Rango	6	6	6	4	5	5
Máximo	7	7	7	7	7	7
*Alfa de Cronbach						
.925 para los 6 elementos						

Se presenta un valor significativo en la Alfa de Cronbach, ya que se reconoce que mayor de (.800) es factible la correlación de estas variables de los resultados individuales y con ello se justifica el tratamiento de su análisis en forma grupal promediando su resultados y con ello tener fiabilidad en el tratamiento de la información de los ítems.

Resultados Sociales: Los resultados sociales están medidos con los tres ítems: “Relaciones sociales”; “Visibilidad pública” y “Contribución a la sociedad”. Estos ítems fueron promediados y tienen, un Alfa

de Cronbach = 0.900 (Tabla 8). Los resultados sociales de las empresas creadas por mujeres fueron valorados por ellas de acuerdo a ítems que consideran el impacto social que tienen sus empresas y su promedio de 4.4 sobre la escala de likert del 1 al 7, en el cual se puede distinguir que se considera “igual”, es decir que no aumentó y tampoco disminuyó significativamente los resultados en los 6 ítems que componen este bloque de resultados sociales de la emprendedora en los últimos 3 años. Es importante mencionar que los resultados del ámbito social si se ve una clara tendencia positiva, ya que un 51.5% de las emprendedoras (34) valora como muy significativo la contribución de su empresa a la sociedad (‘Contribuir a la sociedad’). Pero, un 27.3% lo coloca ligeramente importante (18) y hay un 9.1% (6) que lo sitúa en el punto de indiferencia de la escala. En cuanto al ítem ‘Alcanzar un estatus social’ como resultado del tener su propia empresa fue valorado en la escala de respuesta con (12) personas como nada importante el cual representa el 12.1% y un 63.6% (42) emprendedoras lo considera como extremadamente importante.

Tabla 8. Estadísticos Total-Resultados sociales

Resultados de la Empresa	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Relaciones sociales	10.63	4.687	.760	.599	.889
Visibilidad pública	10.83	4.824	.784	.653	.865
Contribución a la sociedad	10.48	4.866	.855	.734	.809
*Alfa de Cronbach					.900

Se presenta un valor significativo en la Alfa de Cronbach, ya que se reconoce que mayor de (.800) es factible la correlación de estas variables de los resultados sociales y con ello se justifica el tratamiento de su análisis en forma grupal promediando su resultados y con ello tener fiabilidad en el tratamiento de la información de los ítems.

CONCLUSIONES

No hay estudios recientes en México para definir ni sistematizar un perfil de la mujer emprendedora. Los antecedentes encontrados establecieron en 1993 un perfil a partir de un cuestionario aplicado a 178 mujeres emprendedoras, mayoritariamente del centro de México, que asistieron al primer Encuentro de Mujeres Emprendedoras. La distribución de edades de las emprendedoras es de 77% de 31 a 55 años, 33 % de 40 a 47, siendo el promedio de edad de 47 años. En cuanto al nivel de estudios, un 68 % tiene estudios universitarios. Estos comportamientos se asemejan más a los observados en los países desarrollados. Las motivaciones para emprender son mayoritariamente una combinación de Necesidad con Oportunidad (47 %), seguido de Necesidad en un 27 %. Este comportamiento si es típico de los países subdesarrollados pues otros estudios corroboran que cuando las economías se desarrollan las mujeres emprenden más por oportunidad. El comportamiento general de los negocios de las mujeres son emprendimientos mayoritariamente en los sectores de Servicios y Comercio, y éste es el mismo observado en el estudio (41 % en Servicios, 33 % en Comercio). Otro aspecto similar a investigaciones anteriores es la prevalencia de dependientes económicos en las mujeres emprendedoras, un 77 %. A pesar de que se conoce que uno de los fenómenos más observados en las Micro empresas es lo efímero de su existencia, llama la atención en este estudio, en el que la mayoría (un 71 %) son microempresas, más del 90 por ciento son empresas que pueden considerarse como consolidadas pues tienen más de 3 años e inclusive el 48.9 % tiene 20 años o más de creada. Las empresarias, en general no están afiliadas a asociaciones y su apoyo moral ha sido en primer lugar de su pareja, seguido de padres y hermanos.

En el análisis de los Resultados se constató un Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados con un valor alto que justifica el tratamiento de las categorías de análisis: Resultados Económicos, Resultados Individuales y Resultados Sociales. En el análisis de los Resultados Económicos se interpreta como extremadamente importante la Rentabilidad y beneficios, y el 45.9% de las emprendedoras consideran que sus empresas aumentaron significativamente en los resultados económicos. El ‘Crecimiento en Ventas’ fue considerado muy significativo (92.06%), superado por la ‘Supervivencia de su Empresa’ que fue considerado por el 94 %. Los resultados individuales son los mejor evaluados por las

emprendedoras, un promedio de 5.5 sobre la escala de Lickert del 1 al 7, a diferencia de 4.5 en Económicos y 4.4 en Sociales. La más alta puntuación se otorga a la 'Flexibilidad para conciliar trabajo y vida personal', con un 69.7%. En lo referido a resultados sociales, un 51.5% de las emprendedoras valora como muy significativo la contribución de su empresa a la sociedad. 'Alcanzar un estatus social' como resultado del tener su propia empresa fue valorado por el 63.6% como extremadamente importante.

La limitación fundamental de este estudio es la necesidad de ampliar la muestra en Torreón ya a todo el Estado de Coahuila, ya venimos trabajando en este sentido se está replicando el estudio en Saltillo, y se pretende continuar en aras de sistematizar y actualizar los resultados en el marco de las actividades de un Laboratorio Empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ascencio Cortés, M. S. (s.f.). *Mujeres empresaria o empresarias femeninas: la generización de la gestión empresarial*. Recuperado de:
<http://www.ucm.es/info/ec/jec8/Datos/documentos/comunicaciones/Feminista/Ascendio%20Soledad.PDF>

Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial. (2010). *Mujeres Empresarias: Barreras y oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina*. Recuperado de:
http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resources/840442-1260809819258/Libro_Mujeres_Empresarias.pdf

Bueno Sánchez, E., & Valle Rodríguez, G. (2005). *Los estudios de género en el contexto de las relaciones entre población y desarrollo*. Recuperado de:
http://sociales.reduaz.mx/art_ant/estudios_de_genero.pdf

Cámaras de Comercio. Fundación Incyde Servicio de Estudios. (2007). *Mujeres empresarias en la economía española*. Recuperado de: http://www.cambrabcn.org/c/docde:ument_library/get_file?uuid=3eb1cf00-9f9c-49e9-93fa-b6060f8cd2fb&groupId=1533402

Carranza, G. (2007). *Empoderamiento y Liderazgo de la mujer empresaria: PYMES de la zona metropolitana de Guadalajara, Jalisco*. Ideas CONCYGET. Año 4, no. 9. febrero 2007. Recuperado de:
http://octi.guanajuato.gob.mx/octigto/formularios/ideasConcyteg/Archivos/44082009_EMPODERAMIENTO_LIDERAZGO_MUJER_EMPRESARIA.pdf

Fernández Poncela, A. (s.f.). *Estudios sobre las mujeres el género y el feminismo*. Recuperado de:
<http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/nuant/cont/54/cnt/cnt4.pdf>

Global Entrepreneurship Monitor. (s.f.). *2010. Women's Report*. Recuperado de:
<http://www.gemconsortium.org/docs/download/768>

Guerrero Ramos, L. A., & Armenteros Acosta, M. d. (2010). Proyecto de investigación: Autonomía y empoderamiento económico de las mujeres en el Estado de Coahuila.

Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Serie Mujer y Desarrollo. No. 93. División de Asuntos de Género. Recuperado de:
<http://www.cepal.org/publicaciones/xml/4/38314>

Instituto Nacional de las Mujeres. México. (s.f.). *Las mujeres empresarias en México*. Recuperado de:
http://www.cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100583.pdf

Peris-Ortíz, M., Peris Bonet, F. J., & Ribeiro Soriano, D. (2010). *Capacidades y mujer emprendedora*. Mujeres y Economía. enero-febrero 2010. No. 852. Páginas 153-165. Recuperado de: http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/11203/15_ICE_852_153__24B6251CB8574B115FA3FFA02DF35B9F.pdf?sequence=1

Pizarro S., O., Amorós E., J. E., Guerra G., M., & Leguina R., A. (2009). *Perfil de la mujer emprendedora en Chile*. Centro de Estudios Empresariales de la Mujer. Recuperado de: <http://negocios.udd.cl/files/2010/12/Estudio-Perfil-Emprendedora-Final.pdf>

PNUD. México. (2010). *Estrategia de género. 2010-2012*. Recuperado de: http://www.undp.org.mx/IMG/pdf/Estrategia_de_Genero_PNUD_Mexico_2010-2012.pdf

Rábago, P. L., D'Annunzio, M. C., & Monserrat, S. (s.f.). *El perfil de mujeres emprendedoras exitosas*. Recuperado de: <http://www.icesi.edu.co/ciela/antiores/Papers/emjg/3.pdf>

Ramírez Belmonte, C. (2008). Ensayos. (8), 307-314: Recuperado de: http://www.uclm.es/ab/educacion/ensayos/pdf/revista23/23_15.pdf

Rodríguez Gutiérrez, M. J., & Santos Cumplido, F. J. (2008). La actividad emprendedora de las mujeres y el proceso de creación de empresas. *El papel de los emprendedores en la Economía*: 117-132.

Romo Rojas, L., Suárez Salazar, D. L., & Llamas Batres, C. M. (2007). *Características y competencias de las mujeres empresarias*. Ideas CONCYGET, Año 2, no. 23. Pag. 363-379. Recuperado de: http://octi.guanajuato.gob.mx/octigto/formularios/ideasConcyteg/Archivos/23092007_CHARACTERISTICAS_COMPETENCIAS_MUJERES_EMPRESARIAS.pdf

Secretaría Permanente del SELA. (2010). *Desarrollando mujeres empresarias: La necesidad de replantear políticas y Programas de género en el desarrollo de PYMES*. Recuperado de: http://www.sela.org/attach/258/EDOCS/SRed/2010/06/T023600004225-0-Desarrollando_Mujeres_Empresarias_PYMES.pdf

Valencia Silva, M. M. (2009). Factores que influyen en las nuevas empresas creadas por mujeres. *Tesis doctoral*. España.

Valencia Silva, M. M. (2010). Perspectiva académica de la actividad emprendedora de las mujeres. En U. d. Colima, *Mujeres y empresa. Acercamiento multidisciplinario*. Colima, México: Dirección General de Publicaciones de la Universidad de Colima.

Zabludovski, G. (1993). *Hacia un perfil de la mujer empresaria en México*. Revista Mujeres. No. 52. Recuperado de: <http://ginazabludovsky.files.wordpress.com/2011/01/hacia-un-perfil-de-la-mujer-empresaria-en-mc3a9xico.pdf>

Zabludovski, G. (s.f.). *Las mujeres en los cargos de dirección en México*. Recuperado de: <http://www.cimacnoticias.com.mx/especiales/coinversion2007/mujeresambitolaboral/contexto/contextonacional/lasmujeresenloscargosdedireccionenmexico.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario Sobre la Actividad Emprendedora de las Mujeres

Este documento forma parte de una investigación que se está realizando por la UAC FCA Unidad Torreón por lo cual le pedimos su colaboración.

Confidencialidad: Todas las respuestas serán tratadas con estricta confidencialidad. Los resultados de ésta investigación serán publicados en su conjunto, con todos los datos agregados, no publicándose ninguna respuesta a nivel individual de empresa.

Bloque I.- Datos Generales

1.- Lugar de nacimiento: _____ 2.- Año de nacimiento _____ 3.- Lugar de residencia: _____

4.- ¿Cuál es su posición en la empresa? (puede escoger varias respuestas)

Propietaria Fundadora Directora General Directiva Otro _____

5.- Indique su nivel de educación máximo:

Sin estudios Estudios elementales Estudios medios Estudios universitarios

6.- Estado civil:

Soltera Casada/ en pareja Separada/divorciada Viuda

¿Tiene Usted hijos?

Sí No

7.- ¿Tiene familiares (hijos, padres, suegros, etc.) que dependen económicamente de Ud.? (puede escoger varias respuestas)

Hijos menores de 18 años Hijos mayores de 18 años Familiares mayores

Ninguno Otro: _____

8.- ¿Tiene familiares (hijos, padres, suegros, etc.) que dependen físicamente (necesitan de cuidados especiales que requieren un alto grado de dedicación de su tiempo) de Ud.? (puede escoger varias respuestas)

Hijos menores de 18 años Hijos mayores de 18 años Familiares mayores

Ninguno Otro: _____

9.- ¿Por qué motivo Ud. creo su empresa?

Necesidad (ej. Estar en paro, tener tiempo para vida personal) Oportunidad (ej. Realizar una idea de negocio, incrementar sus ingresos,...) Ambos Otro: _____

Bloque II.- Actividad Como Empresaria

En esta parte del cuestionario nos interesa conocer su percepción respecto a determinados aspectos relacionados con su actividad como empresaria.

Instrucciones: Por favor, marque con una X la casilla que corresponda con cada una de las afirmaciones siguientes:

10.- En relación con su rol de empresaria en qué grado,	Extremadamente negativa		Extremadamente positiva				No aplica	
	1	2	3	4	5	6		7
Su pareja ha aceptado su profesión	1	2	3	4	5	6	7	NA
Sus padres han aceptado su profesión	1	2	3	4	5	6	7	NA
Sus hijos han aceptado su actividad	1	2	3	4	5	6	7	NA
El apoyo moral de su familia directa en general hacia su actividad ha sido	1	2	3	4	5	6	7	NA

11 ¿De qué familiar ha recibido un apoyo moral más fuerte? (indicar los casos que apliquen y clasifiquelos por orden de importancia, de mayor a menor, siendo 1 el valor más alto)

Aplica	Nº Orden	
<input type="checkbox"/>	_____	Padres
<input type="checkbox"/>	_____	Pareja
<input type="checkbox"/>	_____	Hermanos
<input type="checkbox"/>	_____	Hijos
<input type="checkbox"/>	_____	Otro: _____
<input type="checkbox"/>	_____	Ninguno

12.- En relación con su actividad emprendedora en qué grado.

12.- En relación con su actividad emprendedora en qué grado.	Nada					Totalmente	
	1	2	3	4	5	6	7
Su familia directa ha participado en la financiación de su empresa directamente	1	2	3	4	5	6	7
Su familia directa le ha ayudado a conseguir financiación por otros medios	1	2	3	4	5	6	7
Su familia directa ha colaborado en el proceso de creación de su empresa (actividades de planificación, organización, etc.	1	2	3	4	5	6	7
El nivel de implicación en general de sus familiares directos a su empresa ha sido	1	2	3	4	5	6	7

13.-¿De qué familiar ha recibido un mayor apoyo económico? (indicar los casos que apliquen y clasifíquelos por orden de importancia, de mayor a menor, siendo 1 el valor más alto)

Aplica N° Orden

<input type="checkbox"/>	_____	Padres
<input type="checkbox"/>	_____	Pareja
<input type="checkbox"/>	_____	Hermanos
<input type="checkbox"/>	_____	Hijos
<input type="checkbox"/>	_____	Otro: _____
<input type="checkbox"/>	_____	Ninguno

Bloque III.- Experiencia Previa

De la misma forma, quisiéramos conocer sobre su experiencia profesional previa.

14.- Instrucciones: Marque con una X la respuesta adecuada e indiquenos el número de años para los casos que sea necesario.

¿Tiene experiencia en puestos de gestión?	Si	No
¿Número de años de experiencia en puestos de gestión previa a la creación de su empresa?		
¿Tiene experiencia en el mismo sector al que pertenece su empresa?	Si	No
Número de años de experiencia en el mismo sector?		
¿Había creado anteriormente una empresa?	Si	No
En caso de que si haya creado una empresa anteriormente, ¿ésta continúa funcionando?	Si	No
¿Ha participado en el proceso de creación de empresas siendo asesora (sin ser Ud. socia o propietaria de la empresa(s) formada(s))?	Si	No

Bloque IV.- Actividades De Planificación

A continuación, quisiéramos conocer hasta qué punto, Ud. realizó actividades de planificación para iniciar su empresa.

15.- Instrucciones: Marque con una X la respuesta adecuada.

¿Elaboró un plan de empresa por escrito de su negocio?	Si	No
¿Su plan de empresa fue avalado por algún experto o institución externa?	Si	No
¿Recibió Ud. formación para elaborar el plan de empresa?	Si	No
¿Obtuvo asesoría para la elaboración del plan de empresa?	Si	No
No realizó un plan de empresa, pero si elaboró estudio(s) para la creación de su empresa	Si	No
¿Qué área funcional cubría(n) este(os) estudio (s)?		
<input type="checkbox"/> Aspectos Económicos (financiación, inversión, etc.)		
<input type="checkbox"/> Aspectos de Marketing (estudio de mercado, publicidad, ventas, promoción , etc.		
<input type="checkbox"/> Aspectos Técnicos (producción, proceso, etc.)		
<input type="checkbox"/> Aspectos Legales		
<input type="checkbox"/> Aspectos de Recursos Humanos (laborales)		

Bloque V.- Relación Y Servicios

En esta sección, nos interesa conocer su relación con instituciones externas y servicios profesionales.

16.- Instrucciones: Marque con una X la respuesta adecuada e indiquenos el no. de años para los casos que sea necesario.

¿Pertenece Ud. a algún tipo de asociación empresarial?	Si	No
¿Considera su participación en asociaciones empresariales activa?	Si	No
¿Número de asociaciones empresariales de las que es Ud. miembro?		
¿Número de asociaciones empresariales exclusivas de mujeres de las que es Ud. miembro?		
¿Es Ud. miembro de la Junta Directiva o Comités técnicos de alguna de estas asociaciones?	Si	No
En caso positivo, ¿En cuántas de ellas?		

Bloque VI.- Líneas De Negocio En esta sección, se entenderá por gestor a quien le asesora en funciones operativas del día a día de su empresa. Y por consultor, a quien le asesora en asuntos estratégicos (crecimiento, nuevas líneas de negocio, etc.).

17.- Instrucciones: Marque con una X la respuesta adecuada.

¿Su empresa utiliza los servicios de algún gestor externo? Si No

En caso positivo, ¿En qué le ayuda su gestor externo?

Contabilidad y Fiscal	Administración general	Marketing	Operación/Técnica
Recursos Humanos	Aspectos Legales	Otros:	

¿Su empresa ha utilizado alguna vez servicios de consultoría? Si No

En caso positivo, ¿En que área ha recibido la consultoría?

Contabilidad y Fiscal	Administración general	Marketing	Operación/Técnica
Recursos Humanos	Aspectos Legales	Otros:	

Bloque VII.- Objetivos Empresariales

En esta parte del cuestionario nos interesa conocer los objetivos empresariales que Ud. persigue y valora más.

18.- Instrucciones: Por favor, marque con una X la casilla que corresponda a su grado de importancia para cada una de las afirmaciones siguientes.

	Nada importante			Extremadamente importante			
	1	2	3	4	5	6	7
Rentabilidad y beneficio	1	2	3	4	5	6	7
Crecimiento en ventas	1	2	3	4	5	6	7
Excelencia en el servicio/producto	1	2	3	4	5	6	7
Supervivencia de la empresa	1	2	3	4	5	6	7
Imagen de la empresa	1	2	3	4	5	6	7
Obtener flexibilidad para conciliar trabajo y vida personal	1	2	3	4	5	6	7
Mejorar su nivel económico	1	2	3	4	5	6	7
Independencia personal (libertad de decisión y de acción)	1	2	3	4	5	6	7
Satisfacción personal	1	2	3	4	5	6	7
Contribuir a la sociedad	1	2	3	4	5	6	7
Alcanzar un estatus social	1	2	3	4	5	6	7
Proveer empleos	1	2	3	4	5	6	7
Liderazgo en el sector empresarial al que se pertenece	1	2	3	4	5	6	7

19.- Año de inicio de la actividad de su empresa:

20.- Número de socios/as fundadores/as (incluida Ud.): Hombres: Mujeres:

21.- ¿Cuál es el número actual de empleados que componen la plantilla de la empresa? (sin contarse Ud.)

0	1-3	4-5	6-9	10-19	20-49	50-99	100-249	Más de 250
---	-----	-----	-----	-------	-------	-------	---------	------------

22.- Indique por favor cuál es el principal sector de actividad de su empresa (puede marcar hasta un máximo de dos opciones):

Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y actividades de servicios relacionados Ganadería, pesca, acuicultura y actividades relacionadas Industria de extracción de minerales, energéticos y metalurgia Industria de productos alimenticios y bebidas Industrial textil, confección Industria química Industria manufacturera (muebles, maquinaria, mecánica, maquinaria eléctrica, eq. Telecom. Construcción Actividades inmobiliarias Servicios a las empresas	Edición, artes gráficas y reproducción de grabados Transporte Servicios a las personas Comercio al por menor Comercio al por mayor e intermediarios del comercio Educación Hotelería Agencias de viajes Actividades informáticas Inst. financieras, seguros y pensiones.
--	---

23.- ¿Cuál ha sido en el año 2011 la facturación total de su empresa en pesos?

1-50	51-100	101-300	301-500	501-700	701-999	1-1.9	2-4.9	5-9.9	10-29.9	30-49.9	50-100
miles de pesos						millones de pesos					

24.- ¿La evolución de la facturación de su empresa desde su fundación, ha ido creciendo?

Si	No	Permanecido Igual	Irregular/Inconstante	Otro:
----	----	-------------------	-----------------------	-------

Bloque VIII.- Resultados De La Empresa¿Cómo calificaría los **resultados** de su empresa a lo largo de los **tres últimos años**, en los siguientes indicadores?25.- Instrucciones: Marque con una X la respuesta adecuada.

	Disminuido significativamente		Igual			Aumentado Significativamente	
Las ventas	1	2	3	4	5	6	7
El beneficio	1	2	3	4	5	6	7
La cuota de mercado	1	2	3	4	5	6	7
El número de empleados	1	2	3	4	5	6	7
Los productos o servicios ofertados	1	2	3	4	5	6	7
Los resultados globales	1	2	3	4	5	6	7
Satisfacción personal	1	2	3	4	5	6	7
Autoestima, confianza en Ud. misma	1	2	3	4	5	6	7
Calidad de vida personal	1	2	3	4	5	6	7
Relación con la familia	1	2	3	4	5	6	7
Relación afectiva	1	2	3	4	5	6	7
Conciliación vida profesional y personal	1	2	3	4	5	6	7
Relaciones sociales	1	2	3	4	5	6	7
Visibilidad pública	1	2	3	4	5	6	7
Contribución a la sociedad	1	2	3	4	5	6	7

Comentarios:**MUCHAS GRACIAS POR REALIZAR ESTE CUESTIONARIO****BIOGRAFIA**

Liliana Angélica Guerrero Ramos. Cubana, Lic. en Información Científica (1985), Universidad de la Habana, Master Universitario en Gestión de Información (1994) por la Cátedra UNESCO en Gestión de Información con titulación conjunta de la Universidad de Murcia, la Universidad de La Habana y la UNAM. Dra. En Ciencias de la Información (2001). Coordinadora de la Maestría en Administración de Empresas del Instituto Superior Politécnico de La Habana y de la Maestría conjunta con la Universidad de Magdeburgo sobre Informática Empresarial. Profesor invitado en Universidades de Ecuador, Bolivia y México. Desde el 2006 es Catedrática Investigadora de la UAdeC. Dirección institucional: FCA-UAdeC Unidad Torreón. Boulevard Revolución 151 Oriente. Colonia Centro CP: 27000. Torreón, Coahuila, México. E-mail: lilianaguerrero7@gmail.com

Francisco Canibe Cruz, Mexicano. Licenciado en Matemática Educativa (2001) de la Facultad de Ciencias de la UAdeJ, Unidad Ciudad Juárez Chihuahua. Maestro en Ciencias de la Educación (2003) de la Universidad Autónoma del Noreste y estudiante del Doctorado de Administración y Alta Dirección en la UAdeC. Su experiencia de trabajo se relaciona principalmente en el campo de la enseñanza y aplicación de la matemática en instituciones educativas desde hace 22 años. Como investigador ha participado en proyectos sobre modelos matemáticos para la toma de decisiones en diferentes empresas e instituciones educativas. Actualmente, Coordinador Académico - Administrativo en la División de Posgrado la la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Torreón. Dirección Institucional: FCA-UAdeC, Unidad Torreón. Boulevard Revolución 151 Oriente. Colonia Centro CP: 27000. Torreón, Coahuila, México. E-mail: fcanibe@msn.com.

María del Carmen Armenteros Acosta. Cubana. Lic. en Historia (1966) y Lic. En Ciencias Políticas (1977), Universidad de La Habana. Dra. en Ciencias Económicas (1983) de la Universidad Estatal de Kiev, Ucrania. Profesora investigadora en diversos programas de Maestría en la Universidad de La Habana e Instituto Superior de Ciencias y Tecnologías Aplicadas. Coordinadora de la Maestría de gerencia de la Ciencia e innovación y de la Maestría en Administración y Dirección de la Instituto Superior Politécnico de La Habana. Profesor invitado en universidades de España, Bolivia, Colombia y México. Desde el 2010 Catedrática Investigadora de la UAdeC. Dirección institucional: FCA-UAdeC Unidad Torreón. Boulevard Revolución 151 Oriente. Colonia Centro CP: 27000. Torreón, Coahuila, México. E-mail: m_armenteros@yahoo.es

Sandra López Chavarría. Mexicana. Mexicana. Lic. en Administración de Empresas, Maestra en Administración y Alta Dirección. Doctora en Administración y Alta Dirección en el 2010. Fue Directora de la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC), Unidad Torreón (UT), y actualmente Presidenta de la Fundación Colosio en Torreón, y Directora de Planeación en FCA-UAdeC, UT. E-mail: sandylopez5@hotmail.com

Gabriela Margarita Reyna García, Mexicana. Licenciada en Ciencias Jurídicas (1994) por la Universidad Regiomontana, Monterrey, Nuevo León. Maestro en Administración (2009) Universidad Autónoma de la Laguna. Su experiencia de trabajo se relaciona principalmente en el campo de la administración de instituciones privadas por más de 10 años. Docente desde el 2000 en Instituciones tanto públicas como privadas.. Actualmente, Catedrático Investigador en la Universidad Autónoma de Coahuila. Dirección Institucional: FCA-UAdeC, Unidad Torreón. Bolulevard Revolución 151 Oriente. Colonia Centro CP: 27000. Torreón, Coahuila, México. E-mail: greynag@prodigy.net.mx

PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO DE LA MUJER EN EL MUNICIPIO DE CHIHUAHUA

Virginia Ibarvo Urista, ITCH
Gaspar Alonso Jiménez Rentería, ITCH
Claudia Alvarado Delgadillo, ITCH

RESUMEN

Este trabajo tiene por objeto conocer aquellas variables de orden cualitativo y cuantitativo que definen el perfil de la mujer en el municipio de Chihuahua, muy específicamente en las colonias que se encuentran ubicadas en la periferia de la ciudad, así mismo se pretende conocer aquellas características que permitan identificar sus necesidades y oportunidades en mujeres mayores de 15 años. El estudio fue realizado a solicitud del Instituto Municipal de las Mujeres en la ciudad de Chihuahua, como parte de la política del ayuntamiento de justificar, sustentar y validar, con datos concretos, cada una de las partidas que se otorgan a las diferentes instancias de gobierno. Para lo cual se presentaron datos de las condiciones reales de vida, en las que se encuentran las mujeres de 97 colonias de escasos recursos en dicho municipio. Obteniendo entre otros resultados, el nivel de desconocimiento de las mujeres acerca de las políticas e instancias de apoyo a la mujer, así como datos específicos en cuatro vertientes diferentes; Educación, Derechos Humanos, Emprendedurismo y Salud.

PALABRAS CLAVE: Mujeres, Perfil, Chihuahua, Demográficos

SOCIO-DEMOGRAPHIC PROFILE OF THE CHIHUAHUA CITY WOMEN

ABSTRACT

This job aims to find the variables of a qualitative and quantity type that define the profile of women in the city of Chihuahua, most specifically in the colonies that are located on the periphery of the city, so with it, we expect to identify those characteristics that allow to identify needs and opportunities for women over 15 years. The study was in reply at the request of the Municipal Institute of Women in the city of Chihuahua, as part of the policy of the town hall to justify, support and validate with specific data, each one of the resources that are given to different levels of government. For which, these data are presenting the actual conditions of life of the women that are living in 97 low-income settlements in the municipality. Getting among other results, the level of ignorance of women about policies and government structures of support for women as well as specific data on four different aspects, Education, Human Rights, Entrepreneurship and Health.

JEL: I30

KEYWORDS: Women, Profile, Chihuahua, Demographic

INTRODUCCIÓN

Cada vez es más inminente el definir las variables que atienden cualquier fenómeno social y humano, es necesario saber cuáles son las diferentes características que integran los eventos de interés, con el fin de conocer su comportamiento y las medidas que repercutieran en beneficio de dicho evento, máxime cuando se trata del desarrollo de una sociedad en la cual estamos inmersos. Aunque son numerosos los estudios transversales basados en muestras de mujeres, todavía

son escasos los municipios que cuentan con una información actualizada y basada en una amplia heterogeneidad de escalas, este estudio tiene la cualidad utilizar tanto datos cualitativos a partir de sesiones de grupo y entrevistas a profundidad como también encuestas aplicadas a mujeres mayores de 15 años. La variedad de fuentes de información nos permite identificar más a profundidad las necesidades y condiciones de vida. La población objetivo de nuestro estudio son mujeres mayores de 15 años, habitantes de colonias de bajos recursos del municipio de Chihuahua entrevistada y encuestada durante los meses de Abril y Mayo del 2011. La problemática de la mujer en nuestro municipio se acrecienta dividido a la tasa de Jefatura Femenina del 24.5% del total de las viviendas en el municipio, casi un 1.5% mayor que los niveles nacionales. Además de que el 45% de la población en el país vive en estos niveles de pobreza en donde el ingreso máximo son \$525 dólares al mes .

Cuando se desconoce las causas de un fenómeno social y económico, es muy probable que no se encuentren las medidas necesarias para combatir o apoyar dicho fenómeno. El desconocimiento provoca errores, ineficacia e ineptitud en las soluciones. Por tal motivo es necesario conocer a fondo las causas que los originan y las consecuencias que ocasionan el evento. En la actualidad la mayor parte de los estudios tales como: el de el Foro Internacional Económico, el del Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI) y el de Gobierno del Estado, entre otros resaltan como principal objetivo la diferencia entre géneros y el lugar que ocupa cada país o cada entidad en la lucha por la igualdad de la mujer. Pero no se presenta de manera específica la situación tanto de índole económica, como social que prevalece en la mujer, muy en específico, la de condición humilde de la ciudad de Chihuahua. Este trabajo pretende presentar una fotografía de su situación económica, social y demográfica desde el punto de vista de la misma mujer que vive en las condiciones antes mencionadas. Para tal efecto se llevaron a cabo tres tipos de investigaciones, la primera cualitativa, una segunda descriptiva y la última de orden descriptivo trasversal. No sin antes dar una revisión de los antecedentes y la literatura que sería relevante para la elaboración de esta investigación.

Objetivo de la Investigación

Se analizará información relativa a la condición de la mujer en la sociedad, y definir cuáles son los aspectos que mayormente afectan al género femenino.

REVISIÓN LITERARIA

Sensibilizar la situación de la mujer ha sido, desde mediados de los años 70's, una meta importante para muchas naciones y organizaciones en el mundo, que en esa década empezaron a publicar estadísticas específicas sobre las mujeres, sin lugar a duda, una de las principales organizaciones, es: la Organización de Naciones Unidas, que en 1991 publica su documento "Las mujeres del mundo 1970-1991", documento que se convierte en el antecedente obligado para la mayoría de estudios que se realizaron a partir de ese momento. En julio de 2010, la Asamblea General de las Naciones Unidas creó ONU Mujeres, la entidad de la ONU (1992), para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de la mujer, inclusive la ONU (1995), ha publicado una guía para la generación de reportes en las naciones. El Fondo Económico Mundial, año con año, publica un Índice Global de Diferencia de Género, The Global Gender, (2010) en donde se examina la diferencia entre hombres y mujeres en cuatro categorías fundamentales: participación en la salud, oportunidad a nivel educacional, económica y la supervivencia y el empoderamiento político, con estos cuatro sub-índices y las 14 distintas variables que los componen, junto con las fuentes de datos utilizadas para cada uno de ellos el Fondo Económico Mundial, diseña las diferencias de género en el acceso a recursos y oportunidades en países individuales en lugar de los niveles reales de los recursos disponibles y las oportunidades en esos países. El índice Global de la diferencia de género es independiente de los niveles de desarrollo en cada uno de los países. En otras palabras, el índice se construye en base al rango de sus diferencias de género, no sobre el nivel de desarrollo de cada país. Por ejemplo, los países ricos tienen más educación y oportunidades de salud para todos los

miembros de la sociedad y la medida de estos niveles es independiente de la diferencia que se encuentre entre los diferentes géneros. El índice Global de la diferencia de género, sin embargo, premia a los países que obtienen pequeñas diferencias en el acceso a estos recursos, independientemente del nivel general de ingresos. Así el índice castiga o premia a países en función del tamaño de la diferencia entre los diferentes indicadores.

Prácticamente todas las organizaciones internacionales tienen dentro de sus publicaciones múltiples estudios que se refieren a las diferencias de género, OECD (2010) al empoderamiento de la mujer en la economía, Cómo las normas sociales afectan la diferencia de género en nuestros países, así como, una diversidad de temas que dejan ver la importancia del estudio de género en nuestra sociedad. A nivel nacional el INEGI ha publicado números documentos acerca de cómo medir el desarrollo de la mujer en nuestra nación y cuáles son los datos duros más importantes en lo que a cuestiones de mujeres se refiere. También ha proporcionado información estadística proveniente de la Encuesta Nacional sobre el trabajo, de los conteos y censos económicos y poblacionales, generando con esto reportes y publicaciones que nos permiten conocer el perfil sociodemográfico de la mujer en nuestro país. Para contribuir al desarrollo de los congresos, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía presenta la publicación “Las mujeres en Chihuahua”, (INEGI,2008) contiene estadísticas sobre desigualdad de género y violencia contra las mujeres. Los indicadores sobre Chihuahua incluidos en la publicación, se comparan de manera sistemática con los correspondientes a nivel nacional. Si bien la mayor parte de los indicadores se refieren a la violencia hacia las mujeres chihuahuenses, también se presentan algunos referidos a su determinación socioeconómica.

Un documento de similares características se elaboró para cada entidad federativa. Para mostrar la condición social de las mujeres en cada uno de los estados. En esta publicación, se dedica el primer apartado a dar un perfil de la condición social de las mujeres en Chihuahua, en el que se describe la situación de desigualdad de género y violencia contra las mujeres, con base en los indicadores seleccionados; se presentan los indicadores estadísticos referidos a la violencia hacia las mujeres chihuahuenses y su caracterización socioeconómica: la estructura y composición de la población, las condiciones en cuanto a mortalidad y salud, nupcialidad y hogares, educación, participación en la actividad económica, en el ámbito social y en la toma de decisiones.

Adicionalmente, se presentan indicadores sintéticos sobre la igualdad de género desde la perspectiva del Índice de Desarrollo Humano (IDH), el Índice de Desarrollo relativo al Género (IDG) y el Índice de Potenciación de Género. En México, como en todo el mundo, las mujeres son tratadas por el Estado y la sociedad en conjunto, de manera francamente desigual, sobre la base de una discriminación histórica. De acuerdo con el Informe de Desarrollo Humano, en ninguna entidad federativa del país se observa igualdad de trato y oportunidades entre hombres y mujeres. Existen otros trabajos a cargo del INDESOL en colaboración con el Programa de Apoyo a la Instancias de las Mujeres en la Entidades Federativas (PAIMEF), que elaboraron un Catálogo de Indicadores de Género (2010), para el Instituto Chihuahuense de la Mujer, en el cual se encuentran indicadores y datos estadísticos provenientes de registros, de encuestas, censos y demás, que proceden de muy diversas fuentes y no únicamente del Instituto.

REVISION LITERARIA

La investigación sobre la mujer en la sociedad surge con mayor fuerza en la década de los 70, pero hoy en día se han generalizado más dichas investigaciones debido a la incorporación cada vez más creciente de la mujer en el ámbito laboral y el cambio de roles que desempeña la mujer hasta mediados de la década de los 50's. Se ha hablado mucho acerca de los estereotipos y como estos han ido evolucionando, se han definido nuevos estereotipos masculino y femenino Como lo define Suarez (2007) se entiende como estereotipo al conjunto de ideas que una sociedad obtiene a partir de las normas o patrones culturales previamente establecidos. La acción de estereotipar es fijar de manera permanente y de identificar lo estereotipado como el seguimiento de un modelo preestablecido, conocido y formalizado

que se adapta de una manera fija. Los estereotipos sociales son generalizaciones sobre personas e instituciones que se derivan de su pertenencia en determinados grupos o categorías sociales. Pertenecen al imaginario colectivo y se nos presentan como la pura realidad objetiva e incuestionable ya que están vinculados a la estructura social y obviamente trascienden así a la sociedad. El estereotipo de la mujer había sido buena, pasiva, obediente, servil, tierna, maternal, ama de casa, amable, comprensiva, discreta, delicada, dependiente y sin iniciativa, administradora de parte del dinero del hombre en el ámbito del hogar, temerosa, atractiva físicamente, siempre joven, y con apoyo incondicional para el hombre.

También con la afectividad, dependencia y preocupación por los demás. Pero este estereotipo ha ido cambiando sustancialmente con el paso de los años y encontramos a una mujer independiente, con una capacidad de lucha y de empoderamiento más allá de lo que ella misma había sospechado poseer, encontramos en el inicio del siglo XXI una mujer con capacidad de superación que incursiona en los ámbitos político, económico, cultural, social y profesional, con menos posibilidades de ejercer los papeles protagonistas de su contraparte masculino, por las condiciones sociales que prevalecen, pero con mucha más fuerza y perseverancia. Se presentan muchos estudios a partir de la “diferencia de género” en los que se hace hincapié en los conceptos que permiten definir a través de la sociología aquellas desigualdades que nos marcan como géneros diferentes.

Primero se define el concepto de género a través de una comparativa del concepto de sexo, puesto que son confundidos de forma errónea con frecuencia. Se entiende como sexo, la condición biológica con la que se nace, es decir, nacemos hombre o mujer dependiendo de nuestra anatomía. Por el contrario, el género es un producto cultural, ya que se define por comportamientos atribuibles a hombres y mujeres que están socialmente contruidos y que carecen de una base biológica. Biológicamente una persona es macho o hembra, sin embargo, para describir el género, se utiliza el concepto de hombre o mujer. Carol Gilligan (2008) ha realizado un análisis de las diferencias de género a partir de las imágenes que los hombres y mujeres adultas tienen de sí mismos y de sus logros, la autora manifiesta que las mujeres se definen a sí mismas en término de relaciones personales y juzgan sus logros en referencia a su capacidad para cuidar a los otros. El tradicional rol que realiza la mujer es el de cuidadora y compañera. Pero dichas tareas son a menudo infravaloradas por los hombres, quienes consideran que su propio énfasis en el logro individual es la forma de conseguir el éxito.

Para poder estudiar la tipología de la mujer es necesario evaluarla sobre los diferentes indicadores que nos permitan conocer sus variables y parámetros, por lo que es necesario llevar una selección muy exhaustiva de que indicadores a utilizar para poder llegar a un conocimiento demográfico. Un indicador (del latín *indicare*) es un dato, señal, hecho o aviso que muestra un cambio respecto a algo que se está midiendo, que bien puede ser una condición, un fenómeno, una situación, un programa. En términos generales, los indicadores son percibidos como medidas verificables de cambio o resultado. “Los indicadores son poderosas herramientas en principio, permiten apreciar la situación actual. En segundo lugar, permiten cuantificar lo objetivos específicos. En tercer término, y quizás es lo más importante, se convierten en puntos guía que señalan el progreso hacia una meta establecida.” ONU (1999). Los indicadores pueden ser cuantitativos o cualitativos, dependiendo de su naturaleza, pero en cualquier caso, tienen el propósito de «clarificar y definir objetivos, establecer la dirección presente y futura respecto a metas y valores, evaluando programas específicos, demostrando progreso, midiendo los cambios y determinando el impacto de los programas.» ONU (1999). Según el INEGI, (2002) un indicador deben tener algunas características específicas, tales como: ser parte de un marco conceptual que le permita asociarse firmemente con los eventos al que el investigador pretende dar forma. Ser específico es indispensable para poder especificar la meta u objetivo a que se vinculan y/o a la política a la que se pretende dar seguimiento y debe ser sensible al cambio, tanto para mejorar como para empeorar, estas serían solo algunas características con las que debe de contar un indicador .

Bajo los criterios más estrictos, no todos los datos, medidas o estadísticas pueden ser considerados como indicadores, reservándose este término únicamente a aquellas estadísticas que reflejan aspectos del desarrollo económico, social, humano, por ejemplo, y que cuentan con marcos legales, normativos y programáticos. Sin embargo, en diversos documentos de la ONU (1995) y de organismos

internacionales se admite como un indicador a la expresión cuantitativa o, en su caso, cualitativo, correspondiente a un índice, medida, cociente o fórmula, que establece un parámetro del avance en el cumplimiento de los objetivos y metas, en donde frecuentemente el indicador se considera como «línea de base». Las organizaciones que estudian el desarrollo humano y su comportamiento, se han enfocado a obtener, de forma permanente, un grupo de indicadores comunes para la mayoría de los países que les permitan evaluar su situación demográfica, social, económica y del medio ambiente con respecto a determinados objetivos y metas de carácter internacional; asimismo, difunden diversos informes y reportes con sus evaluaciones y la evolución de los países y el mundo en su conjunto en diversos tópicos.

METODOLOGÍA

Se llevaron a cabo tres tipos de investigación con el fin de reunir el mayor número de datos con una heterogeneidad que permitiera conocer los distintos conceptos que conforman su perfil socio demográfico. Para esto se aplicaron distintos tipos de investigación, así como, diferentes herramientas.

Investigación Cualitativa

Para la investigación Cualitativa se llevaron a cabo 10 sesiones de grupo recopilando más de 12 horas de video de las cuales se editaron obteniendo aquellas opiniones que mejor reflejan el sentir de la mujer en nuestro medio. Dichos grupos focales se realizaron en los Centros Comunitarios del DIF (Desarrollo Integral de la Familia) localizados dentro de la colonias que se estudian, en el mes de Mayo del 2011. Además se realizaron entrevistas a profundidad con especialistas en el tema, tales como, trabajadoras sociales, psicólogos, funcionarios públicos y maestros. Como la dinámica de la sesión de grupo permite que los participantes tengan la libertad de expresar sus sentimientos, las sesiones de grupo dieron la pauta para elaborar los instrumentos que se aplicó en la investigación de campo.

Investigación Descriptiva

Se analizaron las 96 colonias que conformaba la mayor parte de las colonias de escasos recursos en el municipio de Chihuahua y se contabilizaron todos los AGEBS (Áreas geo- estadísticas básicas) del 2010. Para cotejar con los datos obtenidos en el campo se analizaron 10 variables en 6 niveles diferentes como lo marca AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública, A.C.), como se muestra en la

Tabla 1: Se Utilizó el Método de Puntos Propuesto por Dicha Asociación y se Compararon a los Obtenidos del Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI)

Dimensiones	Indicadores
Tecnología y entretenimiento	Número de televisiones a color Computadora
Infraestructura practica	Número de focos Número de autos
Infraestructura sanitaria	Estufa Baños
Infraestructura básica	Regadera Tipo de piso Número de habitaciones
Capital humano	Educación del jefe de familia

Tabla No. 1 "Dimensiones e indicadores para obtener los niveles socioeconómicos" Fuente .<http://www.amai.org/> Enero 2011. Se incluyeron estas variables en los diferentes instrumentos con la finalidad de situar a nuestras encuestadas en el nivel socioeconómico que corresponde.

Investigación Descriptiva Trasversal

Se aplicaron 2204 encuestas a una población de mujeres de 15 años o más, sumando un total de 96,912, obtenidos de los diferentes AGEBS (Áreas Geo estadísticas Básicas) en los que esta dividida la ciudad

de Chihuahua y que pertenece a las 97 colonias en las colonias que conforman el segmento de estudio, durante el mes de Mayo del 2011. Se dividieron en 4 tipos de instrumentos que correspondieron a: Salud, Derechos Humanos, Educación y Emprendedurismo. Se llevó a cabo un análisis de frecuencia y se obtuvieron algunos datos muy significativos. (Ver anexo No. 1 “Instrumento de campo”). Se dividió el instrumento en 6 secciones diferentes: Educación, Derechos Humanos, Emprendedurismo, Salud, Datos Generales y Datos Socio económicos.

RESULTADOS

Perfil Socio-Demográfico, Investigación Descriptiva

Se analizar 28 Áreas Geo estadísticas Básicas (AGEBS) como muestra del total que conforman las 96 colonias de las colonias en condición de pobreza. Un AGEBS equivale aproximadamente a 20 cuadras o manzanas de las diferentes colonias analizadas. A continuación las variables y los resultados obtenidos de las encuestas que se tomaron para determinar el nivel socio económico de la población en estudio, utilizando el método de AMAI de 10X6 es decir 10 Variables 6 niveles. Ver Tabla 3 “Modelo por puntos” ahí se evaluó las variables de acuerdo al mayor porcentaje de las característica en cuestión y se tomaron los puntos que corresponde a dicha variable, se sumaron y se obtuvo el nivel de puntos de la población para así determinar en que clase se encuentra ubicada. Evaluando los puntos obtenidos y refiriendo a la tabla de puntos por Nivel, dieron como resultado que en promedio las familias que habitan las colonias analizadas tienen la Clasificación D+

Tabla No. 2: Tabla de Puntos por Nivel

Nivel	Puntos
E	Hasta 60
D	Entre 61 y 101
D+	Entre 102 y 156
C	Entre 157 y 191
C+	Entre 192 y 241
A/B	Entre 241 y más

Tabla No. 2: “Puntos por Nivel” (2011) Fuente: AMAI Esta asociación evalúa de forma permanente las características de la población mexicana y establece parámetros de medición con revisiones anuales para actualizar las condiciones Fuente: <http://www.amai.org>

Este segmento de la población tiene cubierta la mínima infraestructura sanitaria de su hogar. Aspira en primer lugar a adquirir bienes y servicios que le hagan la vida más práctica y sencilla. Sus condiciones básicas de vivienda y salud son: Casas pequeñas con 3 o 4 habitaciones; un baño, pisos en su mayor parte de cemento o cerámica, la mitad son propias o la está pagando, casi todos cuentan con baño y regadera, aunque solo dos terceras partes tiene lavabo o calentador de agua de gas, fregadero y lavadero, dos terceras partes tiene un automóvil. Casi todos cuentan con refrigerador, estufa de gas y lavadora, excepto licuadora y a veces microondas, muy pocos tienen otros electrodomésticos y ayudas para la cocina. En cuanto a conectividad y entretenimiento; dos terceras partes tienen teléfono celular, solo una pequeña parte cuenta con teléfono fijo, solo una escasa minoría cuentan con TV de paga y videojuegos. En lo que se refiere al capital humano, en promedio el nivel de estudios que predomina es; secundaria o primaria incompleta. Lo referente a planeación y futuro. La mayor parte de su gasto lo invierten en alimentos, transporte y pago de servicios y en relación a otras clases sociales gastan más proporcionalmente en cereales y verduras.

Algunos datos obtenidos de fuentes como el INEGI (2010) y la página de Gobierno del Estado son: aproximadamente el 25.5% de los hogares de las colonias analizadas cuentan con jefatura femenina, de 20.6 en conteo del 2005 a un 23.1% en el censo del 2010, en 5 años según datos estatales, podemos

decir que las colonias analizadas tienen casi un 2% más de hogares con jefatura femenina. El 51% de la población de las mismas colonias son mujeres y de estas el 68% son mayores de 15 años. Que se tiene en promedio 8.3 años de escolaridad, y el tema de salud existe una cobertura del 83.6 % que cuenta con algún tipo de servicio médico únicamente el 16.4% no cuenta con este servicio. Otro dato interesante proporcionado por el INEGI (2004), a nivel estatal, es el Índice de Desarrollo relativo al Género (IDG) en el municipio de Chihuahua implica una merma en desarrollo humano que ha sido calculada en alrededor de 1.31% debida a la desigualdad entre hombres y mujeres.

Table 3: Metodo Por Puntos

No. De Televisores			No. De Computadoras			Autos		Baños	
Cantidad	Puntos	%	Puntos	%	Puntos	%	Puntos	%	
0	0	1	0	33	0	39	0	0	
1	26	45	17	48	22	36	13	70	
2	44	22	29	16	41	4	13	24	
3	58	27	29	2	58	4	31	4	
4	58	4	29	0	58	16	48	0	
Número de focos			Número de habitaciones			Tipo de pisos en el hogar			
Cantidad	Puntos	%	Cantidad	Puntos	%	Tipo	Puntos	%	
1 a 5	0	1	1 a 4	0	73	Tierra	0	4	
6 a 10	15	52	5 o 6	8	24	Cemento	0	30	
Más	27	38	7 o más	3	14	Cerámica	11	60	
						Otros	11	5	
Nivel Educativo del principal Ingreso de la vivienda			Cuantos Baños Completos con regadera y Wc tiene su casa						
Concepto	Puntos	%	Cantidad	Puntos	%				
No estudio	0	0							
Primaria trunca			0	0	1				
			1	13	70				
Primaria Terminada	22	41%	2	13	24				
Secundaria			3	31	4				
Nivel Medio Carrera	38	31%	4 o más	48	1				
Trunca Carrera terminada	52	25%							
Posgrado	72	2%							

Tabla No. 3 "Modelo por puntos" Fuente: la propia investigación. Se obtuvo utilizando el instrumento en la parte que se refiere a datos Sociodemográficas de las encuestas aplicadas, se tomaron en cuenta los mayores porcentajes. Ejemplo: El 45% de la población encuestada, tiene un televisor, lo que me permite acumular 26 puntos. Así sucesivamente hasta acumular todas las variables lo que al final nos da un total de 117 puntos lo que nos localiza muy cerca de la Clase D pero en clase D+.

Estas cifras destacan que las mujeres en Chihuahua tienen un trato asimétrico que redundará en la restricción de sus libertades y en el ejercicio de sus derechos. Aun cuando la tasa de alfabetización es similar en las mujeres (95.86%) y en los hombres (96.25%) y, la tasa de matriculación (de primaria a licenciatura) es ligeramente mayor en las mujeres (67.14%) que en los hombres (64.61%), la brecha más importante en uno de los componentes del índice se aprecia en la brecha de ingresos provenientes del trabajo: las mujeres ganan, en promedio, 6,352 dólares, mientras que los hombres 18 461 lo que significa que ellas ganan alrededor del 34.0% de lo que ganan los hombres. En conjunto, estos indicadores sintetizados en el Índice de Desarrollo relativo al Género (IDG) colocan a Chihuahua en el lugar número 8 en relación al conjunto de entidades del país, ligeramente arriba de Sonora y Campeche. En el ámbito político; En el estado de Chihuahua, así como en el municipio capital, los puestos senatoriales y diputado de distrito están divididos entre hombre y mujeres como se muestra En comparación con otros estados de la república, se puede decir que Chihuahua es uno de los que posee mayor equidad de género en términos políticos. Una de las facetas más importantes y de mayor arraigo en las mujeres, son las tareas domésticas ya que se ubican dentro del papel femenino obligado y la mujer debe aceptar como natural e ineludible, lo que representa una doble carga en su vida, aparte del cuidado de los hijos y el marido. Después de la agotadora jornada en una fábrica (maquiladora) o bien en labores fuera de casa, deben continuar realizando las tareas hogareñas. Este es una de las razones por las que muchas mujeres abandonan el trabajo, siempre tan

necesario para el presupuesto familiar, especialmente en los actuales circunstancias económicas en las que se vive empobrecido por el la alza constante del costo de vida. Al abandonar su puesto pierde todo los derechos adquiridos a través de su ingreso, al no reunir la cantidad de años suficientes para jubilarse o no contar con de la edad necesaria para iniciar el trámite de jubilación, la mujer de la tercera edad está sujeta a la manutención por parte de otros, como puede ser el cónyuge o bien los hijos.

Tabla 4: Composición Política por Sexo en Estado de Chihuahua

Estado de Chihuahua			Municipio de Chihuahua	
Distribución porcentual de regidores	Mayoría relativa	Representación proporcional	Mayoría relativa	Representación proporcional
	2010		2010	
Mujeres	30.00	37.50	54.21	40.37
Hombres	70.00	62.50	45.79	59.63

Tabla No.3: Composición política por sexo en el estado y ciudad de Chihuahua. Fuente: Revista mensual Congreso del Estado de Chihuahua, Marzo 2011. Nos permite reconocer que el municipio de Chihuahua tiene una mayor representatividad Femenina y como estado es también uno de los que posee mayor equidad de género en términos políticos.

Por otro lado, según datos del Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI) en 2008, manifiesta que, por cada 100 enlaces realizados en el país, hubo 14 divorcios; mientras que en el año 2000 la relación fue de 7.4 y en 1971 de 3.2. Lo que pone de relieve el problema tan grave de los hogares uniparentales en nuestro país, principalmente con jefatura femenina Para el año 2008, Chihuahua ocupaba un primer lugar en divorcios, (26.9 divorcios por cada 100 matrimonios), muy por encima del nivel nacional. de los hijos. A continuación se da un pequeño resumen de lo obtenido tanto en las investigaciones, cualitativas y descriptivas trasversal.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Sesiones de Grupo

A continuación algunas de las opiniones aportadas en las sesiones de grupo que se realizaron entre las personas tanto del sexo femenino y las entrevistas hechas a diferentes especialistas en los temas que se tocaron. Cabe resaltar que al tratarse de una investigación cualitativa los comentarios fueron elegidos a criterio de los investigadores, aquellos que parecían más trascendentales o importantes y plasmados de la manera en que los participantes los externaron

Emprendedurismo: Las mujeres son más organizadas que los hombres debido a que sus padres les inculcan el orden más que al varón por el hecho de que en nuestra cultura la mujer es la que está en casa y el hombre es el que sale a trabajar. También se comentó que sigue existiendo un problema grave de discriminación, que como país seguimos limitando oportunidades basándonos en la diferencia de género y en la conveniencia personal u organizacional, siguen sucediendo prácticas como negar el trabajo a una mujer embarazada, comentaron, la diferencia de salarios en igualdad de circunstancias entre un varón y una mujer, aunque sea penalizado por la ley, las mujeres no acuden a poner sus demandas. Por otra parte la mujer tiene temor de aportar mayores ingresos a la casa, ya que según comentaron, el hombre tiende a “hacer la concha”, que significaría; dejar de preocuparse por el ingreso familiar. Por lo que prefieren ganar poco y no sobrepasar los niveles que el hombre percibe para no tener problemas de pareja.

Educación: En el pasado eran pocas las mujeres que estudiaban, sin embargo en los actualidad, las mujeres han ido avanzando más y se preparan cada vez más para eso en las escuelas a nivel profesional ya se ve la equidad en las aulas entre hombres y mujeres lo que no sucedía anteriormente. Hoy en día se cuenta con un gran número de mujeres profesionistas en diferentes áreas. Inclusive la mujer está incursionando en áreas que se pensaba exclusivas para hombres. Dentro de lo más importante que se comentó; falta más apoyo por parte del gobierno hacia las madres solteras que quieren seguir estudiando. Otra forma de discriminación en el

núcleo familiar, se da al limitar las oportunidades de estudio a las mujeres y favorecer la preparación en mayor grado a los hombres. Las madres comentaron, “que a pesar de que la madre tenga estudios o no, buscará los medios para que sus hijos puedan superarse y motivarse a aspirar la oportunidad, que tal vez ella no tuvo”.

Algunos de los puntos en los que los participantes estuvieron de acuerdo, es que para todos es muy importante que la mujer se supere, y que complemente su preparación personal con una profesión, es parte del buen ejemplo que puede dar a su familia, los estudios de la madre, son la base para poder sacar adelante una familia, para mejorar el sustento que puede ser junto con el padre o en caso de ser madre soltera de manera individual. Sin embargo a pesar de coincidir en la necesidad de la superación y la ayuda económica que representa el hecho de que la madre se prepare o lleve a cabo labores fuera de casa, insistieron los participantes, en que es bueno que la mujer desarrolle dichas actividades, “siempre y cuando no desatienda a los hijos y al hogar”, se agregó: “que podría desencadenar en problemas más graves, de tipo social “. Por lo que concluimos que, para nuestro segmento de investigación, sigue siendo la figura materna la única y principalmente responsable de la educación, valores morales y comportamiento de los hijos. Se reconoció que en gran medida el futuro de la familia depende de la visión y actitud de la mujer, así como los objetivos y metas de la misma para llevar a todos los miembros de su núcleo familiar, a enfrentar las distintas situaciones que presenta la vida. Lo que da una visión matriarcal de la organización del hogar.

Derechos Humanos: Nuestras entrevistadas coinciden que el 100% de las mujeres han sufrido discriminación de algún tipo, ya sea en el hogar paterno, como en el matrimonial, que la mayoría de las mujeres que están siendo agredidas de manera psicológica ni siquiera saben que están siendo violentadas, que las mujeres golpeadas no acuden a levantar una demanda porque tienen miedo a seguir siendo agredidas. La mayoría de las mujeres no acuden a instituciones de apoyo porque saben que al volver a sus casas seguiría la agresión. Por otro lado comentó la Lic. Lara Armendáriz Carbajal, primera visitadora de la Comisión Estatal de Derechos Humanos que las mujeres únicamente han oído hablar de los Derechos de la Mujer, más sin embargo, son pocas las que realmente los conocen, ya que a las asociaciones e instituciones les hace falta mayor difusión. La opinión de la psicóloga Alejandra Vadillo Mecías, comentó. ”La mujer va creciendo en su desarrollo profesional más sin embargo tiende aun a ser desvalorizadas por algunas ramas de la sociedad”.

Salud: Según la Dra. Teresa María Uranga Urías, médico general del IMSS comentó, “La mayoría de los pacientes que se reciben diariamente en el IMSS (Instituto Mexicano del Seguro Social), son mujeres. Todos los días teníamos desde partos, complicaciones en el embarazo, síntomas de la menopausia, mujeres diabéticas. Igualmente me tocó diagnosticar enfermedades más graves como la osteoporosis, el cáncer de mama, la infertilidad o ver morir a bebés en el parto. Y claro, también me tocó atender mujeres que se habían accidentado o demás, operaciones de matriz... Había de todo. Y te puedo decir, que verdaderamente la mujer es el pilar de la familia”. A decir de las participantes, no acuden a realizarse ningún tipo de estudio porque es mucho el tiempo que pierden y les significa dejar de trabajar dos días o tener que pagar quien les cuide a los hijos para poder acudir a hacerse un estudio como el Papanicolaou o una mamografía. En este tema se puede agregar estadísticas proporcionadas de las enfermedades más comunes en la mujer, pero lo que realmente se pretende es ver que apreciación tiene la población, acerca de la mujer. En resumen de estas sesiones, se puede concluir que la mujer es el centro de la vida familiar, que no están siendo respetados sus derechos, que existe mucho que hacer para que se reconozca su valía en la sociedad, que no se respetan sus derechos ni se ejerce la justicia al momento de agredir o discriminar a una mujer y aunque Chihuahua es pionero en la aplicación de la Ley Estatal de Igualdad Entre Mujeres y Hombres, falta mucho por hacer en este tema

Investigación Cuantitativa Transversal

Se aplicaron cuatro diferentes instrumentos para poder configurar un esquema socio-demográfico de la mujer en el municipio de Chihuahua. Al efectuar la prueba piloto incluyendo los cuatro temas, resultó un instrumento demasiado largo por lo que se optó por dividirlo por temas conservando únicamente los datos generales y sociodemográficos para poder compaginar todas las encuestas. Se llevaron a cabo en el mes de

Mayo del 2011 en la Ciudad de Chihuahua, se eligieron al azar las colonias así como los individuos. A continuación se plantean algunos de los hallazgos en cada una de las vertientes de investigación. Se maneja un Nivel de Confianza del 95% y un margen de error del 5%.

Educación : La mayor parte de las encuestadas tiene la instrucción básica, solo el 16% lo hace actualmente y de este porcentaje el 11% estudia y trabaja a la vez, se refiere principalmente a mujeres mayores de 20 años algunas de ellas casadas y con hijos que combinan las labores del hogar con el estudio y la necesidad de trabajar. El 60% conoce la existencia de programas de apoyo gubernamentales para llevar a cabo sus estudios pero solo el 11% del total ha disfrutado de algún tipo de beca o ayuda. El programa que más se mencionó fue el de PRONABES. El promedio de hijos en mujeres de estas colonias es de 2.3 y la mayoría en edad escolar, por lo que la madre tiene que dedicar parte de su tiempo a la realización de tareas escolares, solo un 7.8% mencionó que no lo hace, pero la mayoría de 15 a 30 minutos. Aunque según sus respuestas lo consideran de calidad, solamente el 8% de las mamás consideran que el lenguaje académico que utilizan sus hijos, no es comprensible para ellas, identificando matemáticas como la materia con más dificultad seguida por ciencias sociales. Y a solamente el 14% no se les dificulta ninguna materia.

El 24.8 % no recibe ningún apoyo para la educación de sus hijos, los esposos en un 48% son los que aportan alguna cantidad para la educación de los hijos. Un 73.67% consideran el desempeño de sus hijos dentro de la escuela va de Regular a Excelente, se cree que es una respuesta que tiene sesgo por lo que se considera un error de socialización dentro de la investigación (contestar lo socialmente aceptado) ya que no concuerda con nuestra hipótesis de que las mujeres con mayor preparación tienden a tener hijos con un mejor aprovechamiento en el aula. Si la gran mayoría de las mujeres tiene hasta secundaria, se pensó que tendrían hijos con un pobre aprovechamiento. Del 21.63 % de las mujeres que tienen nivel medio o carrera técnica, podemos observar que el trabajo y la falta de dinero no permiten que estas mujeres encuestadas continúen sus estudios. Manifestaron que les gustaría seguir estudiando pero no les es posible por falta de recursos y tiempo para realizarlos.

Emprendedurismo: Con base a los resultados; se arroja que el 62% de las mujeres, toma la decisión en cuanto a la distribución del dinero en la casa, mientras que el 25% de los hogares la mujer es la que aporta la mayor parte de los ingresos, cabe destacar en cuanto a quien toma la decisión hubo una marcada diferencia entre las colonias con mayor antigüedad en donde aparece el hombre como el tomador de decisiones mientras que en las colonias nuevas la mujer es la que distribuye el gasto. El 67.5% de las mujeres encuestadas trabajan, el 26.5% se auto emplea principalmente en área comercial, con edades entre 36 y 40 años, al 60% le gustaría emprender su propio negocio. Las actividades que más se mencionaron como atractivas, fueron: estética, una boutique, negocios de comidas y en menor proporción abarrotes o vender zapatos. ¿Por qué no ha podido iniciar un negocio? La causa más mencionada con un 65.6% por falta de dinero. El 92.2 % de las mujeres no tienen conocimiento alguno acerca de los programas de financiamiento gubernamentales. Por otra parte las entidades que proporcionan créditos, informaron que el 60% de las solicitudes provienen de mujeres emprendedoras. Las que no trabajan, no lo hacen principalmente porque son solteras y estudian un 19.6% y el 32% las labores del hogar no les permite trabajar, o bien la falta de experiencia y el 29% mencionó que por la edad. Solo el 2% comentó que no hay vacantes. Así, mismo solo un 15% mencionó alguna instancia de gobierno que brinda apoyo para iniciar un negocio.

Derechos Humanos: El tema de Derechos Humanos, sin lugar a duda es sensible en su manejo, ya que la mayoría de mujeres, no lo consideran y sus respuestas aparecen sesgadas, pudimos identificar este fenómeno debido a distintas preguntas de filtro que se aplicaron. Se les preguntó, utilizando la técnica de tercera persona, si conocían a alguien que hubiera sufrido discriminación y el 43% contestaron que sí, pero cuando se preguntó qué tipo de discriminación habían sufrido sin tomar en cuenta la respuesta anterior, positiva o negativa a la pregunta anterior, el 100% seleccionó algún tipo de discriminación. A la pregunta específica de ¿Quién es el culpable del incumplimiento de los Derechos humanos en la mujer. Prácticamente la mitad 48.9% contestó que cada mujer es responsable de permitir el abuso en su persona, en segundo

término, el 30.3 5% mencionó que la sociedad y en tercer lugar el Gobierno. El 100% de la mujeres sabe que hay campañas, leyes e instituciones, dedicados a la protección de los Derechos Humanos, pero muy pocas pudieron mencionar alguna, institución, campaña, solo un porcentaje muy bajo menciona la Comisión Nacional de Derechos Humanos, sin poder dar su nombre exacto. El tipo de discriminación que más se mencionó fue la falta de igualdad y oportunidades en el ámbito laboral. Las mujeres cuyo estado civil es casada, fueron las que más mencionaron discriminación y falta de respeto a los Derecho Humanos de la Mujer, 16.44% mencionó violencia física.

Salud: El 95% de las mujeres cuenta con servicio médico, el 47% cuenta con Seguro social, el 27% por el esposo y el 29% por su trabajo. El 84% califica de regular a excelente solo un 14% lo califica como malo o muy malo. Consideran que es un servicio barato o muy barato, que tiene las instalaciones básicas muy organizado u organizado, sin embargo piensan que su puede mejorar el tiempo de espera de cita, la actitud del persona y la disponibilidad de medicamentos, como aspectos que se pueden mejorar Están conscientes de que la enfermedades más comunes son: el cáncer de mama, la diabetes y el cáncer cervicouterino. Solo un 11% manifestó que tiene más de 5 años que no asiste al ginecólogo, la explicación puede ser que la mayoría de las encuestadas está en edad reproductiva. Por lo que están acudiendo al ginecólogo con bastante regularidad, o bien contestaron de manera socialmente aceptada, porque al preguntarle cuales medidas preventivas debían de tomar solo una pequeña fracción contesto que “estar a dieta”.

CONCLUSIONES

Se pudo observar durante la realización de las investigaciones: que existe poca preparación entre las mujeres de las colonias de bajos recursos, ya que las condiciones económicas únicamente alcanzan para lo más esencial, lo que obliga a muchas de ellas a trabajar, dejando el cuidado de los hijos a guarderías o bien a la abuela, cuando es posible. Otro dato interesante, es todas desean tener una empresa que les genere mayores ingresos, no por el aspecto de superación personal, esto casi no se contempla, son mayores sus necesidades primarias. No hay suficiente conocimiento de programas de apoyo a la pequeña empresa y micro empresa. Otro factor que reprime el emprendedurismo en la mujer, es el machismo, algunas opinaron que no “pueden” tener mayores ingresos que el hombre, por lo que se contentan con un trabajo pobremente remunerado, se pudo observar, que la discriminación sigue presente en nuestra sociedad sobre todo en el ámbito laboral, que falta difusión por parte del gobierno tanto en campañas de Derechos Humanos, para lograr que se defienda la causa de la igualdad en el ámbito laboral, En cuestión de salud, están “conformes” con el servicio médico, pero cuando se le permite externar las quejas en contra del mismo sus opiniones parecen contradecirse, conocen también, de la existencia de medicina preventiva, pero no les llegan los programas a sus colonias, ir al médico representa perder uno o más días de salario. Los programas de apoyo a las micros y pequeñas empresas, con menos requisitos, con mayor financiamiento y tasas más blandas, son necesarios para que estas mujeres establezcan su salón de belleza o su negocio de comida, que los programas de salud sean inmediatos y no a tres o cuatro meses cuando “les toque” la cita con el ginecólogo, una mayor humanización de los servidores de los Centros de Salud. La elaboración de esta investigación da el Instituto Municipal de las Mujeres un panorama más específico de las condiciones que guardan las mujeres del municipio, ayuda a construir planes y programas de apoyo, tendientes a superar los rezagos que se tienen en este sector tan vulnerable de la comunidad, ya que según declaraciones de la presidenta del mismo instituto, Lic. Karla Pando, únicamente se contaba con estudios que hablaban de la violencia hacia la mujer y como ha ido variando las diferencias de género. Pero un estudio que contemple; como son, que piensan, que necesitan y en que se puede ayudar, no se tenía nada, ni siquiera parecido. En suma, existe mucho trabajo que hacer para poder remediar las condiciones de vida de las mujeres de las colonias pobres, que es necesario que gobierno y sociedad pongan más empeño en la difusión de los programas y la capacitación de las mujeres de nuestro municipio. Hacer llegar más a fondo los apoyos para que continúen estudiando, la educación para las madres solteras, es un reclamo primordial. Son muchas las necesidades y los recursos son escasos, solo queda esperar que las autoridades los sepan distribuir con equidad y eficiencia. Para trabajo

a futuro, faltaría hacer un comparativo entre los distintos municipios del Estado o del país, contra el municipio de Chihuahua, así como, determinar el Índice de Desarrollo de Género a nivel colonia y conocer el punto de vista del hombre con respecto a la mujer.

REFERENCIAS

- Congreso del Estado de Chihuahua, (2011). *Composición política por sexo en el estado y ciudad de Chihuahua*: Chihuahua, Chih.
- Giddens A., (1994). *Sociología*: Madrid, España.
- Gilligan Carol, (2008). *La Moral y la Teoría*: Editorial Fce: México, D.F.
- Grijalva Monteverde Gabriela,(1996). ¿Porque trabajan las mujeres?, *Revista de El Colegio de Sonora*, vol. VII, No. 12,
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística, (2008). *Las mujeres en Chihuahua*: México, D.F..
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística, (2002). *Diferencias de Género en las aportaciones al Hogar y en l uso del tiempo*: Aguascalientes, Ags.,
- Mondragón Pérez, Angélica Rocío (2002). ¿Qué son los indicadores? INEGI. *Notas, revista de información y Análisis Núm. 19*,
- OECD,(2010). Atlas of Gender and Development., *How Social Norms Affect Gender Equality in non-OECD Countries*: New York.
- ONU, Integrated and coordinated implementation and follow-up of major United Nations conferences and summits, Geneva, 5-30 July,1999.
- ONU, Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer en Beijing (1995)
- ONU, La situación de la mujer en el mundo, tendencias y estadísticas, New York (1992)
- Suarez, Juan Carlos, "La Mujer Construida: Comunicación e Identidad Femenina". Editorial Mad, 2006.
- World Economic Forum The Corporate Gender Gap Report 2010,Geneva, Switzerland 2010

BIOGRAFIA

Virginia Ibarvo Urista, Ingeniero Industria y Maestra en Ciencias en Administración por el Instituto Tecnológico de Chihuahua, catedrático de tiempo completo. en la Maestría en administración de Negocios, del mismo Instituto. Puede ser contactada en :Instituto Tecnológico de Chihuahua, Ave. Tecnológico 2909 Col. 10 de Mayo en la Ciudad de Chihuahua correo vibarvo@gmail.com, vibarvo@itch.edu.mx

Gaspar Jiménez Rentería Lic. En Relaciones Comerciales y Doctor en Desarrollo Regional, maestro de la Maestría de Administración de Negocios y de Posgrado de la Facultad de Ciencias Agropecuaria. Jefe del Departamento de Posgrado e Investigación del Inst. Tecnológico de Chih.

Claudia Alvarado Delgadillo Licenciada en Administración y Maestra en Ciencias en Administración por la Universidad Autónoma de Chih., Jefa del Departamento Económico Administrativas del Tecnológico de Chihuahua

COMERCIO INFORMAL: UN ESTUDIO EN EL MUNICIPIO DE TEXCOCO, EDO. DE MÉXICO

Rebeca Teja Gutiérrez, Universidad Autónoma del Estado de México, CU UAEM Texcoco
Nidia López Lira, Universidad Autónoma del Estado de México, CU UAEM Valle de Chalco

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue realizar un análisis socioeconómico de los tianguista en la ciudad de Texcoco, México; con el fin de identificar los factores que orillan a las personas al comercio informal bajo el enfoque de cuatro teorías. El análisis se llevó a cabo mediante las técnicas de la estadística descriptiva y las historias de vida. El estudio reveló que el 44% de los entrevistados incursionan en el ambulante por la falta de empleo, un 26% lo atribuye al bajo nivel de estudios y un 13% por no tener las competencias laborales y profesionales. Se encontró que los comerciantes informales de las edades entre 40 y 50 años de edad tienen un nivel básico de estudios (primaria) y los que oscilan entre 18 y 30 años de edad cuentan con secundaria y preparatoria, un problema que el gobierno Federal y Estatal deberá atender, porque cada vez más jóvenes están participando en la economía informal del país.

PALABRAS CLAVE: Comercio Informal, Tianguis, Situación Socioeconómica

INFORMAL COMMERCE: A STUDY IN THE MUNICIPALITY OF TEXCOCO, STATE OF MEXICO

ABSTRACT

The objective of this research was to conduct a socioeconomic analysis of the 'tianguista' in the city of Texcoco, Mexico to identify factors that make people look for informal trade under the focus of four theories. The analysis was performed using the techniques of descriptive statistics and life stories. The study revealed that 44% of respondents venture into the street vendors by the lack of employment, 26% attribute it to low education and 13% having no job and career skills. We found that the informal traders' ages go from 40 to 50 years of age having a basic level of education (primary) and there are also those ranging between 18 and 30 years of age, and with high school level, within the same issue. This is a problem that the Federal government and State should address, because more and more young people are participating in the informal economy of the country.

JEL: L22, L23, L24, L25, L66

KEYWORDS: Trade Informal, Theory of the Informal Trade and Socioeconomic Situation

INTRODUCCIÓN

Las estimaciones sobre el tamaño de la economía informal en México difieren ampliamente, no obstante, se reconoce que ésta ha crecido en los últimos años, y que es una parte importante de la economía tanto en la producción como en la generación de empleos. Al menos medio millón de personas, es decir, más del 10% de la población económicamente activa del Distrito Federal, depende del comercio informal, así mismo, esta actividad proporciona la fuente de suministro de productos y servicios a cerca de 3.5 millones de personas. Esos datos siguen creciendo cada día (Calderón, 2004).

En México desde tiempos ancestrales existe el comercio informal, que ha recibido el nombre de “Tianguis” (también conocido como mercado sobre ruedas o centro mercantil. Se utilizará el término indistintamente en todo el documento), el cual se instala en las calles de una ciudad, determinado día de la semana para ofertar toda clase de productos en cientos de puestos. El comercio informal es una de las actividades más notables de la economía informal, la cual se lleva a cabo fundamentalmente a través del comercio callejero, los llamados vendedores ambulantes. Mucha gente de origen modesto, en su gran mayoría emigrantes del campo a la ciudad, tienen que dedicarse al comercio informal para así generar una actividad de subsistencia (Bustamante, 2006). Los vendedores ambulantes, los trabajadores a domicilio, los vendedores en la vía pública son identificados como miembros del Sector Informal. Este sector funciona con bajo nivel de organización, poca división del trabajo y capital, con mano de obra y tecnología poco calificada; los activos fijos pertenecen a los propietarios y pueden ser utilizados indistintamente por su empresa no constituida en sociedad o por el hogar, no existen garantías formales de contratación y pueden realizar transacciones y contraer pasivos sólo en nombre propio.

Se creía o se tenía la idea, que este tipo de comercio (el tianguis) como comercio tradicional, poco a poco se iría extinguiendo, para ser sustituido por “mercados más modernos” como son los centros comerciales y las cadenas de autoservicio. Cuestión que está en duda ya que se ha extendido y generalizado este espacio social (Contreras, 2007:9). Sin embargo, se sabe que el comercio informal fomenta la competencia desleal para el comercio establecido, el enriquecimiento ilícito de inspectores y líderes, anima la manipulación política, hace más sucia las ciudades, disminuye la fiscalización de impuestos y promueve la delincuencia (Calderón, 2004: 164).

La cuestión, entonces es, por qué no ha desaparecido la actividad informal, qué factores sociales y económicos orillan a que las personas incurrieren y participen en la economía informal del país. Y que se debe hacer desde las políticas públicas para combatir este problema. Al respecto, Maldonado y Hurtado (1997), precisan que todos los estudios que se han realizado sobre el tema, poco o nada han significado a la hora de tomar decisiones y de diseñar políticas públicas.

Lo anterior es por la complejidad del fenómeno, ya que siempre se descuidan factores y aspectos fundamentales e importantes. Este fenómeno no puede ser estudiado ni resuelto sin la participación multidisciplinaria de antropólogos, sociólogos, economistas, urbanistas, planificadores, juristas, legisladores, educadores, entre otros. Además se debe de incluir a políticos, funcionarios públicos, empresarios privados, comerciantes formales e informales y al consumidor que, como usuario y como responsable, también tiene algo que decir y hacer. Sin embargo, el apareamiento del tianguis se encuentra justificado por los mismos comerciantes del tianguis de Texcoco, que de voz comentan:

“Este tianguis en sus inicios tuvo una particularidad, reunió a todas aquellas personas que no tenían un trabajo formal o que eran desempleados de todas partes cercanas a la ciudad de Texcoco, con un sólo objetivo, generar empleos a las familias con escasos recursos para poder vivir o sobrevivir ante las carencias económicas de la sociedad, sin mencionar que fue el único espacio que tuvieron las personas para los tiempos difíciles que vivía el país en cuestiones económicas, y es éste mismo espacio el que les ofrece trabajo actualmente” (Tianguista, Guillermo Vergara González, 2009).

De tal manera, que el crecimiento de la economía y el aumento de puestos ambulantes en la vía pública (Bustamante *et al.*, 2009; Medina, 2005), es y seguirá siendo un problema que aqueja en su gran mayoría a los países sub desarrollados, debido a que existen factores sociales y económicos no solo del país sino del interior de cada familia afectada por el desempleo y que se refugian en la economía informal.

A través de la revisión bibliográfica, se encontró que existen varios trabajos acerca de este tema con diferentes enfoques teóricos metodológicos como: es el análisis de redes sociales (Silva, 2007a; Gómez,

2007; Zaremborg, 2010); análisis bajo un enfoque de mercado de trabajo (Tunal, 2005; León y Caicedo, 2005); estudios de relaciones de poder a través del intermediarismo político (Castro, 1990); un estudio usando como marco metodológico la teoría de la Sintaxis Espacial (Mora, 2003); ensayos de discusión sobre la metodología para cuantificar el sector informal desde OIT (Organización Internacional de Trabajo) (Cervantes *et al.*, 2008); análisis sobre los efectos del Producto Interno Bruto (Urdaneta, 2000); sobre el debate de los espacios públicos (Silva, 2007b); un análisis psicosocial a través de la Teoría de Relaciones Sociales (Botero *et al.*, 2008); escenarios y técnica contrafactual (Huesca y Camberos, 2009b; Huesca 2010c), con la perspectiva de género (Gámez *et al.*, 2010; Bueno, 2009) y muchos otros trabajos donde se discute y se diserta sobre el comercio informal, (Medina, 2005; Parra, 2010; Cervantes, 2009; Huesca, 2008a; Núñez y Gómez, 2008; Bustamante *et al.*, 2009; Cárdenas y Roza, 2009; Rocha *et al.*, 2009). Este trabajo provee una recopilación de las teorías que aluden explícitamente a la economía informal y dan una explicación del porque más personas incluyendo jóvenes con estudios universitarios y técnicos se orillan a esta actividad en la actualidad, fenómeno que sea prolifero en América Latina.

El trabajo se divide en cuatro secciones. En la primera sección se exponen cuatro teorías que desde el punto de vista de la globalización y el capitalismo, el cual está inmerso México, se promueve la actividad informal, dichas teorías se retoman en la discusión de los resultados. En la segunda sección se menciona el método y las técnicas utilizadas para llevar a cabo la investigación. En la tercera sección se exponen los resultados de los factores sociales y económicos que orillan a los comerciantes a vender en la vía pública haciendo la disertación teórica, en la última sección, se concluye sobre el estudio y se proponen acciones que se pueden convertir en políticas públicas a través de programas donde el Ayuntamiento del Municipio de Texcoco, consolide cooperativas y asociaciones legalmente establecidas.

REVISION LITERARIA

En la revisión de literatura se encontró la teoría de los sistemas mundiales, la teoría del agente principal, la teoría de mercado y la teoría de venta móvil al menudeo, los cuales, desde su enfoque teórico tratan de dar una explicación de la actividad del comercio informal.

La Teoría de los sistemas mundiales la plantea de manera genérica Organización Internacional para las Migraciones (OIM, 2002:21) como: "... una consecuencia natural de la globalización económica y del poder de los mercados. Según esta teoría, el capitalismo ha creado una mano de obra móvil, dispuesta a migrar en busca de mejores oportunidades laborales, de manera que las personas del sector agrario se están desplazando de sus entornos agrarios en busca de mejores oportunidades. Por lo que se dirigen a las zonas urbanas dentro de su propio país", pero las posibilidades de mayores ingresos los orillan a integrarse a las actividades y a economías no formales.

La teoría de los sistemas mundiales, principalmente se refiere al capitalismo moderno, y como ha penetrado en las economías de todo el mundo y ha creado una mano de obra móvil, dispuesta a migrar en busca de mejores oportunidades laborales. Esta teoría menciona que el proceso de desarrollo económico desestabiliza a grandes segmentos de la población de las nuevas economías emergentes, donde las reformas agrarias están desplazando a las personas de sus tradicionales entornos agrarios. El desarrollo económico produce también trabajadores más calificados. En un primer momento, las poblaciones pueden dirigirse a las zonas urbanas y al sector industrial dentro de sus propios países, pero las posibilidades de mayores ingresos pueden atraerlos a economías más desarrolladas. Además, las relaciones políticas y comerciales entre los países en desarrollo y los países desarrollados generan nuevos vínculos que hacen posible la migración (Aragónés, 2000). Por lo que esta teoría manifiesta primordialmente que el capitalismo moderno realiza toda clase de mano de obra enfocado al sector agrario con trabajadores mucho más calificados y toda la gente de este sector que prácticamente ya no está apta para laborar, la orillan a buscar un trabajo por cuenta propia. Y al ser desplazada buscan otras alternativas de sobrevivencia como es el comercio informal y el ambulante, por lo cual emigran a las ciudades

circundantes a su región incorporándose a los tianguis. Los que emigran del campo a las ciudades, tienden a dedicarse a comerciar para una subsistencia mínima y poder sobrevivir. Una definición de los sistemas mundiales es el conjunto de elementos económicos, sociales, culturales y políticos que se relacionan entre sí con el fin de acrecentar el enriquecimiento a costa de los sistemas de escasos recursos que proporciona la mano de obra calificada y barata. En este sentido la teoría atribuye a que las personas empleadas de los grandes consorcios y empresas, entran en un estatus revolucionario donde se alzan en contra de las condiciones laborales capitalistas y deciden ser sus propios empleadores, buscando alternativas más viables, entre ellas dedicarse al comercio informal en tianguis conocidos también como mercados sobre ruedas o centro mercantil.

La teoría agente principal fue utilizada originalmente para estudiar la relación entre el dueño de una empresa (Principal) y sus administradores (Agente), en esta correspondencia el dueño cede a sus administradores el control de la misma. Su problema clásico radica en inducir la conducta del agente hacia sus propios objetivos, generalmente la maximización de ganancias, dado que el agente tiene sus propios intereses y que el principal tiene escasa capacidad para monitorear las acciones del agente y para ejercer su poder y disciplinarlo, si fuera preciso. Es decir, la fuente del problema es la asimetría en la información entre ambos y sus costos para monitorear al agente (Millán y Natal, 2006:7).

En este sentido, se entiende que los empleados de una empresa, tienen la necesidad de éxito, desarrollo y crecimiento económico, por lo que la relación entre dueño de una empresa y administradores o trabajadores se rompe, cuando resurge la necesidad de mejores condiciones de vida tanto para ellos como para sus familias. Buscan mejores oportunidades donde puedan ser empleadores o ser sus propios jefes, aunque esto, muchas veces les traiga como consecuencia, escasas o nulas oportunidades de prestaciones sociales, tales como el servicio médico y hospitalario. Lo anterior alude a las escasas oportunidades de trabajo con mejores condiciones salariales y prestaciones sociales en México, por lo cual los trabajadores prefieren ser independientes y la vía más accesible donde no pagan impuestos es dedicarse al comercio informal.

La Teoría del Mercado (Plattner, 1991), señala que hay dos tipos de centros mercantiles, los agrarios y urbanos, éstos a su vez pueden ser fijos y ambulantes. El centro mercantil urbano ambulante (tianguis) es un mercado que suele instalarse con cierta periodicidad de días; múltiples comerciantes llegan a ellos desde el campo para vender sus productos agrícolas y comprar tantos bienes manufacturados como materias primas alimenticias procedentes de otras zonas. Además estos mercados son asimismo activos escenarios de integración social. Estos se desarrollan ya sea como formas de intercambio ambulante o como venta móvil al menudeo.

De manera que los tianguis han subsistido y se han acrecentado en todo el país, debido a la accesibilidad, el regateo, la atención personalizada, la variedad y calidad de los productos que se ofrecen. Además, los tianguis se establecen siempre en zonas estratégicas y a unas cuerdas de las unidades o casas habitación, lo cual hace más accesible que asistan los consumidores. La existencia de los tianguis o mercados sobre ruedas mucho depende de la demanda de los consumidores, si bien es cierto que las grandes cadenas comerciales como Walmart, Chedraui, Sams, entre otros, ofrecen mercancías y servicios, muchas veces, los consumidores no pueden pagar el valor agregado e impuestos como el IVA, por lo que prefieren conseguir las mercancías en los tianguis a un costo bajo y regatear el precio.

La “teoría de venta móvil” se basa en la “Teoría del lugar” propuesta por los geógrafos alemanes Walter Christaller y August Losch en el siglo XIX. Elaboraron un modelo de economía espacial en condiciones de competencia imperfecta en el que el espacio resulta una variable fundamental. Desarrollaron el concepto de región económica, a través de la delimitación del área de mercado según una serie de postulados. Consideraron como punto de partida, un espacio continuo y homogéneo, con costes uniformes, y con población distribuida también uniformemente, compuesta por individuos idénticos en

renta y gusto. Donde los productores y consumidores maximizan respectivamente beneficios y utilidad. Postularon que para abastecer a más consumidores era necesario abarcar pequeños espacios geográficos construyendo una red hexagonal ya que agotaba la totalidad de las áreas servidas. Establecieron que las áreas de mercado eran de distintos tamaños, que estarían en función de la variación de las economías de escala en la producción y los costes de transporte de los diferentes bienes. La concentración espacial de las actividades es la conclusión a la que llegan los autores.

Stine (en Plattner, 1991: 254-255), retoma la “teoría del lugar” para dar explicación a la periodicidad y movilidad de los comerciantes, de manera que establece la teoría de venta móvil al menudeo. La teoría de la venta móvil, postula la periodicidad de los comerciantes. Es decir, explica el fenómeno del período de tiempo habitual que un negocio invierte para desarrollar determinadas actividades, por ejemplo la presentación de artículos de moda, la realización de rebajas, la práctica de deportes, entre otros. Para el caso del objeto de estudio de este trabajo que es básicamente el comercio informal (tianguis) se retoma esta teoría ya que explica la periodicidad con que las personas se dedican a esta actividad. Así mismo como se ganan la vida con un solo puesto, el cual la teoría insta la movilidad a otras regiones o zonas de afluencia comercial, es decir, postula que los establecimientos o negocios deben moverse a zonas aledañas con afluencia comercial para generar riqueza. En México, los mercados sobre ruedas o tianguis se han hecho móviles, ya que de esta manera incrementan su población consumidora mediante el recurso de instalarse en puntos nuevos en el que se pueden ofrecer sus bienes y servicios. El efecto es incrementar el alcance máximo de los bienes ofrecidos, y puedan sobrevivir los comerciantes ambulantes mediante el recurso de reinstalarse en 2, 3, 4, 5, 6 o 7 localidades dependiendo si la población asentada es sumamente densa o mínima.

MÉTODOS Y MATERIALES

El enfoque de la investigación es cualitativo, con la aplicación de estadísticas descriptivas. La zona de estudio se localiza en la ciudad de Texcoco. El universo de estudio fueron los integrantes de los tianguista del mercado de los lunes, la cual lleva por nombre “Unión de Tianguistas Texcocanos San Antonio A. C.” La unidad de análisis fueron los aspectos socioeconómicos que orillan a las personas a fomentar el comercio informal. El instrumento de medición fue mediante un cuestionario con preguntas cerradas y la técnica de historias de vida las cuales se llevaron a cabo en el 2009, se realizaron 95 encuestas. El estudio se dividió en tres fases: 1. Caracterización de los comerciantes, 2. Identificación de los agentes sociales y 3. Identificación de los agentes económicos. Para el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de una población finita (Paul, 2002) de 130 miembros de los cuales se aplicaron 95 encuestas:

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{[d^2 * (N-1)] + [Z_a^2 * p * q]}$$

Donde:

N=total de la población

$Z_a^2 = 1.96^2$ (si la seguridad es del 95%)

p= proporción esperada (en este caso 5%)

q= 1-p (en este caso 1-0.05=0.95)

d= precisión (en este caso deseamos un 3%)

El total de la población se obtuvo del número de integrantes de la Unión de tianguistas texcocanos san Antonio A. C., con un total de 130 miembros. De esta manera se determinó el número de encuestas aplicadas.

$$n = \frac{130 * 2.575^2 * 0.05 * 0.95}{[0.03^2 * (586-1)] + [2.575^2 * 0.05 * 0.95]} = 95 \text{ encuestas}$$

La selección de la muestra fue mediante el método de la muestra sistemática que consiste en extraer exactamente “n” elementos para la muestra. Aquí es necesario calcular el intervalo de la muestra sistemática:

$$R = N / n$$

El cual puede resultar entero o fraccionario, dando como resultado lo siguiente:

$$R = 130 / 95 = 1.368$$

Es decir, se seleccionó uno de cada uno de los miembros de la Unión, en este caso se entrevistaron uno tras otro, de forma continua, hasta completar las 95 entrevistas. Las variables que se evaluaron fueron las siguientes:

Características de los tianguistas. La cual se define como una descripción general de las personas ambulantes en el aspecto social y económico. Los indicadores de medición fueron: Tipología de puestos, género y edad de los comerciantes, antigüedad en el negocio, días que labora a la semana, cuota por piso, cantidad de dinero invertido.

Causas sociales. Esta variable se define como el contexto social externo e interno que genera la actividad informal. Los indicadores de medición fueron: Nivel de estudios, atribuciones causales, beneficios del ambulante, desventajas del ambulante.

Razones económicas. La variable se define como el contexto económico externo e interno que orilla a la persona a dedicarse a la actividad informal. Los indicadores de medición fueron: Situación económica, trabajo formal e informal, solvencia, contratación y parentesco, remuneración, cuota por piso, impuestos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En Texcoco, el tianguis de los lunes es toda una tradición, ese día las diferentes comunidades acuden a surtir de productos que necesitará durante la semana. El tianguis tradicional de los lunes en la ciudad de Texcoco comienza en el año de 1975 aproximadamente con un grupo muy pequeño de 30 a 40 agremiados, los cuales se instalaban en la calle de Bravo y que actualmente es una avenida sólo para peatones, posteriormente lo cambiaron a la calle de Colón donde duraron cerca de 30 años. Para conocer la historia del mercado de los lunes en Texcoco se entrevistó, en una primera fase, al historiador de la ciudad de Texcoco el cual comento:

“Con el tiempo el tianguis fue creciendo conforme iba ascendiendo el desempleo en la ciudad de Texcoco, ya que las personas no encontraban trabajo en las empresas, fueron incrementando el número de agremiados y así fue creciendo el mercado informal en Texcoco” (Profesor Alejandro Contla Carmona, 2009).

En la actualidad, El Tianguis Tradicional de los Lunes en Texcoco, se ubica en la avenida de las Torres, anteriormente se encontraba en las calles del centro de la ciudad, sin embargo, como parte del programa para limpiar el centro de Texcoco, los comerciantes ambulantes fueron removidos y colocados en la avenida de las Torres.

Este mercado ambulante comercia prácticamente todo tipo de productos y comprende alrededor de 1,500 puestos. Reciben un aforo aproximado de 5,000 consumidores no sólo de Texcoco sino también de los municipios vecinos tales como Chiconcuac, Atenco, San Andrés Chiautla, Tepetlaoxtoc y Chimalhuacan, entre otros.

El tianguis tradicional de los lunes está formado por dos uniones de tianguistas los cuales son: Unión de Auténticos Comerciantes en Pequeños y Unión de Tianguistas Texcocanos San Antonio A. C. Esta última, se formó en el año de 1991 en la segunda calle de Colón en el municipio de Texcoco Estado de México con aproximadamente 60 agremiados y conforme ha pasado el tiempo fueron adhiriéndose más ambulantes a la organización y actualmente existe un promedio de 130 trabajadores ambulantes en la organización. El 17 de enero del año 2006 se reubicó a los ambulantes de las calles centrales del municipio de Texcoco y fueron movidos a la avenida de las Torres, ésta reubicación afectó a todos los tianguistas pues dicen que, no se vende igual por la lejanía del centro de Texcoco, motivo por el cual los mismos tianguistas lo conocen como el desierto de Texcoco. El lugar era antes un tiradero de basura con hoyos y terracería. Los tianguistas fueron quienes pavimentaron la calle. Con la reubicación, la concurrencia a este tianguis denominado “de los lunes” ha disminuido entre la población, al respecto un integrante de la Unión vendedor de verduras comenta:

“La situación desde la reubicación no es la misma, ya no se vende lo mismo, antes cuando estábamos en la calle de Colón había más movimiento” (Tianguista, Jorge Reyes, 2009).

Sin embargo, otro aspecto que ha provocado una gran disminución en sus ventas son las plazas comerciales establecidas en el municipio, situación que al respecto opina también el señor Reyes:

“...Pues con el pretexto de generar empleo y la complicidad de la autoridad cada vez hay más centros comerciales en Texcoco, en las tiendas departamentales lo que hacen es ofrecer créditos y en tiempos de crisis la gente prefiere el crédito aunque al final termine pagando más por el producto” (Tianguista, Jorge Reyes, 2009).

Este grupo se hace denominar: Unión de Tianguistas Texcocanos San Antonio A.C., integrado por personas dedicadas al comercio informal y por consiguiente no pagan impuestos, sólo una cuota de \$5.00 al municipio de Texcoco por ocupar un metro cuadrado de vía pública en el lugar destinado. La Unión no está constituida legalmente ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), sin embargo, surge la duda del porqué la utilización de las siglas A.C. (Asociación Civil), al respecto el secretario de la Unión comentó:

“El grupo de trabajadores no tiene ninguna relación ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y por lo cual no cuenta con inscripción de Registro Federal de Contribuyente (R.F.C.) simplemente el nombre de la Unión cuenta con las siglas A.C. porque entre varios tianguistas bautizaron a la agrupación con ese nombre en el año de 1991 y se les ocurrió anexarle las siglas antes mencionadas por puro gusto de tener un nombre formal ya que su trabajo no lo es” (Tianguista, Juan Rodolfo Guerrero Cerón, 2009).

Caracterización de los Comerciantes Informales

Tipología de los puestos Se determinó la tipología de los puestos, el género, la edad, la antigüedad en el oficio y los días que laboran, obteniendo los siguientes resultados (Figura 1).

Como se puede observar en la Figura 1, el 16% de los ambulantes se dedican a la venta de discos piratas, el 11% vende comida preparada y otro 11% se dedica a la venta de verduras frescas. El 9% ofrece frutas

de temporada, un 6% vende chácharas (chácharas se refiere a cosas usadas tales como ropa, juguetes, zapatos y herramienta usadas entre otros). Un 15% ofrece otros productos como ropa nueva, juguetes usados, cazuelas de barro, chiles secos, artículos de plástico, entre otros. Se ofrecen una serie de artículos y servicios para todos los estratos sociales de la región. Los resultados concuerdan con la caracterización que realizó Calderón (2004) y la tipificación que realizó Medina (2005). Los puestos del tianguis son muy similares, la mayoría cuenta con un promedio de 2 a 3 metros por puesto, tabloncillos sobre estructuras de metal y lonas que cubren dicho puesto. De acuerdo a la teoría de mercado, se observa que los productos no se encuentran ordenados, independientemente de la calidad; además, es un lugar donde los consumidores pueden regatear el precio. Los consumidores se benefician indirectamente ya que tienen mayor acceso a la compra de productos, adquieren precios más bajos, con facilidades de pago, debido a que se ofrecen productos más baratos que en el mercado formal, pero no se brinda el servicio de estacionamiento como en las cadenas de autoservicio. Lo que provoca caos vial cuando ocupan la vía pública.

Figura 1. Tipología de los Puestos Ambulantes

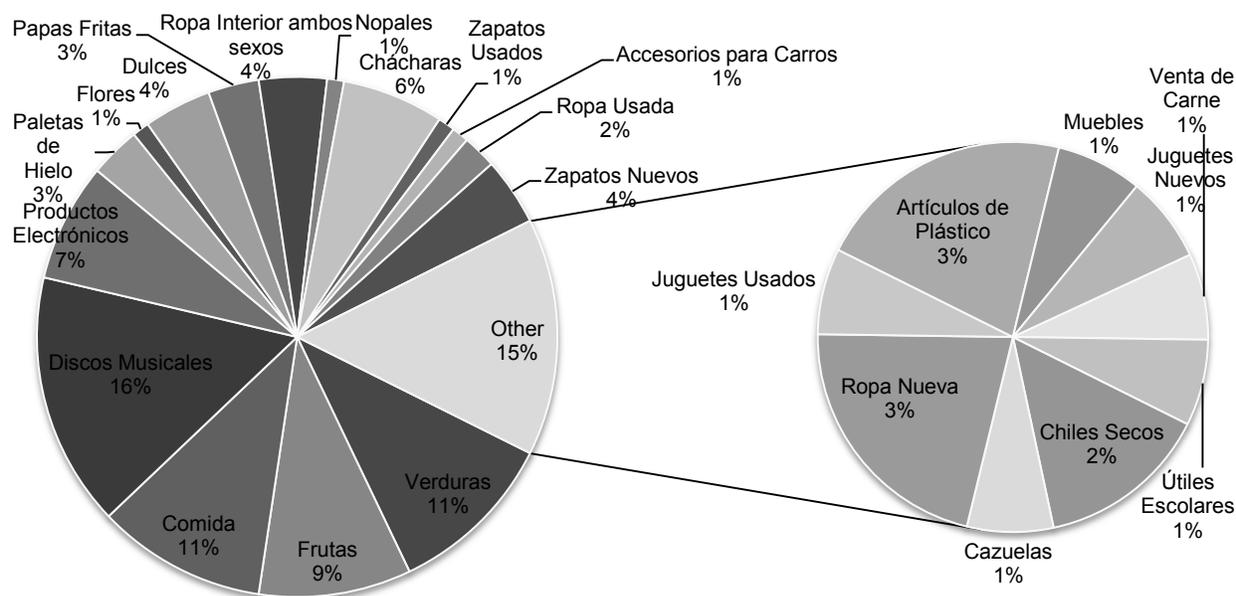


Figura 1. Tipología de los puestos. Productos variados que se ofrecen en el mercado informal, donde asisten diversos estratos sociales en busca de mercancías a bajo precio. Fuente: Elaboración Propia con datos de campo, 2009.

Edad y Género de los Comerciantes

El 64% de los entrevistados son hombres y el 36% fueron mujeres. El 38% de los hombres respondieron tener entre 18 y 30 años de edad, el 30% tienen entre 41 y 50 años, un 17% tiene entre 31 y 40 años, el 12% oscila entre los 51 y 60 años y sólo el 3% de los tianguistas hombres tienen más de 61 años.

El 37% del total de las mujeres entrevistadas respondieron tener entre 31 y 40 años de edad, el 29% de las mujeres tiene entre 18 y 30 años, un 23% de las entrevistadas oscilan entre 41 y 50 años, el 8% tienen entre los 51 y 60 años y sólo el 3% del total de mujeres tianguistas tiene más de 61 años. De acuerdo con los resultados se infiere que los jóvenes y adolescentes están desplazando a los adultos. Sin embargo, el estudio de Bustamante *et al.*, (2009), difiere al comentar que el porcentaje más bajo se encuentra entre los 20 y 25 años de edad. Por otra parte, concuerda en que existe un mayor número de personas de sexo masculino a cargo del comercio informal, dato que también concuerda con Medina (2005).

Las estadísticas obtenidas en cuanto a la edad promedio de los tianguistas de ambos géneros resultaron con una media de edad de los comerciantes de ambos géneros entre los 31 y 40 años de edad. La moda resulto entre los 18 y 30 años de edad. Por lo que se infiere que los jóvenes al no tener alternativas laborales se están dedicando al comercio informal como lo expresa un joven:

“Pues la verdad yo estoy integrado a la Unión porque en las empresas ponen muchos pretextos para poder entrar a trabajar, además de que sólo aceptan personal con experiencia y no dan la oportunidad de adquirir la experiencia, también los sueldos son muy bajos y es mucho el trabajo que se realiza, sin embargo este negocio no es tan pesado y sí se gana bien, yo soy ayudante del patrón pero tengo mucho tiempo libre y no me quejo del trabajo ni de la paga” (Trabajador de la Unión de Tianguistas Texcocanos San Antonio A.C. anónimo 2009).

Lo anterior, confirma que las personas se dedican al comercio informal por la falta de empleo y por la necesidad de incrementar sus ingresos (Calderón: 2004). También alude a la teoría de los sistemas mundiales, donde postula que las personas son orilladas a buscar un trabajo por cuenta propia, en busca de fuentes de ingreso alternativas.

La gran mayoría que incursiona en esta actividad es por necesidad o porque la familia ya estaba en este negocio del ambulante y es por generación. Las mujeres que se dedican al comercio, es porque acompañan a sus esposos y familias a los tianguis. Las mujeres anteriormente tenían un rol doméstico, dedicándose a las labores del hogar, hoy en día han asumido responsabilidades laborales fuera del mismo, incorporándose en la mayoría de los casos a la economía informal.

Nivel de estudios: Se conocía que la economía informal tenía sus orígenes en sectores de baja productividad y escaso capital humano estancando el crecimiento (Brunner y Elacqua, 2003; Tunal, 2005), el capital humano se define como el conjunto de las capacidades productivas que un individuo adquiere por acumulación de conocimientos generales. Es decir, las personas que mayormente se dedicaban al comercio informal eran las que tenían bajos niveles de desarrollo de capacidades profesionales y técnicas.

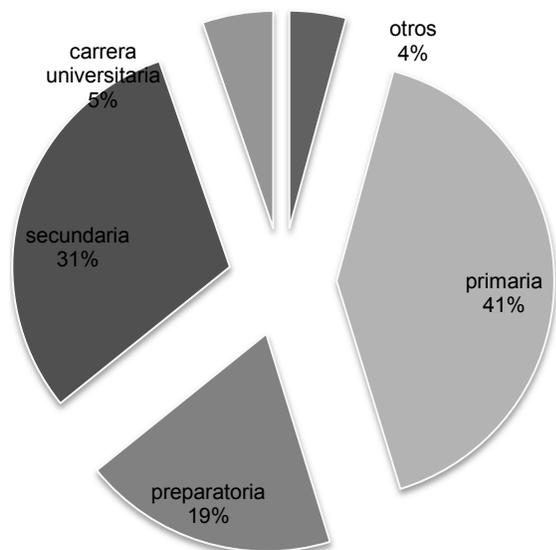
Sin embargo, los resultados sobre el nivel de estudios (Figura 2) muestra que las personas con estudios universitarios y carreras técnicas se están dedicando al comercio informal, lo cual concuerda con los resultados de Bustamante *et al.*, (2009) y Medina (2005). De acuerdo a la teoría de los sistemas mundiales (OIM, 2002), el capitalismo y la globalización de mercados ha provocado que las empresas mexicanas contraten mano de obra calificada a un bajo costo, situación en la que trabajadores técnicos y profesionistas prefieren ser sus propios empleadores, dedicándose a la venta de mercancías en tianguis y mercados ambulantes.

Por otro lado la teoría del agente principal (Millán y Natal, 2006) viene a reafirmar esta tendencia ya que los nuevos profesionistas tienen sus propios intereses y se contraponen a las condiciones de contratación salarial de los empleadores, de tal manera que deciden ser empresarios en la vía pública donde no cause el pago de impuestos.

En la Figura 3, muestra a los comerciantes que tienen un promedio de edad de más de 50 años y que cuentan con estudios de primaria. Sin embargo, los jóvenes entre los 18 y 30 años tienen estudios de secundaria y preparatoria. Lo anterior muestra las pocas oportunidades de los jóvenes en conseguir empleo en las empresas. De manera que concuerda con los resultados realizados por Contreras (2007) y Calderón (2004), al mencionar que los jóvenes y adolescentes están desplazando a los adultos y que más del 50% de los comerciantes han dejado de estudiar para incursionarse en esta actividad. Esta tendencia es debido a que este tipo de actividades requiere por una parte, los menores esfuerzos que exigen las

actividades comerciales formales (inversión, infraestructura y capital) y, por otra, las menores exigencias desde el punto de vista legal (permisos, licencias sanitarias, registro federal de contribuyentes, seguro social, entre otras) (Bustamante *et al.*, 2009).

Figura 2: Nivel de Estudios de los Comerciantes



La figura 2 muestra los niveles de estudios de los comerciantes. Hace 10 años se tenía el conocimiento con la teoría de los sistemas mundiales, que los que migraban del campo a la urbe tenían escasos estudios, los cuales se dedicaban al comercio informal, hoy en día, universitarios y técnicos se están incorporando a esta actividad, lo cual coincide con los resultados de Bustamante *et al.*, 2009 y Medina, 2005.
Fuente. Elaboración propia con datos de campo, 2009.

Antigüedad de los puestos y días laborales: La antigüedad de los puestos se obtuvo una media que va de 1 a 3 años, por lo que se infiere que cada vez más personas incursionan en el ámbito del comercio informal, debido a que los puestos tienen menos de tres años de existencia. Sin embargo, este resultado difiere con Bustamante *et al.*, (2009), la antigüedad que él obtuvo fue una media de 12 años y la moda llegó hasta los 20 años de actividad en el comercio informal. Por otro lado Medina (2005) menciona que los ambulantes tienen una antigüedad aproximada de 5 y 6 años. La diferencia sin duda está relacionada principalmente con cambios en la dinámica del comercio mundial que se orienta a incorporar más individuos a la cadena de distribución, y que de acuerdo con la teoría de los sistemas mundiales, es una consecuencia natural de la globalización económica y del poder de los mercados.

El 41% de las personas tiene entre 1 y 3 años de antigüedad trabajando en el tianguis, por otro lado, el 34% de los encuestados llevan laborando entre 4 y 10 años en este oficio, el 16% tiene una antigüedad menos de 1 año y sólo el 9% de comercios ambulantes tiene más de 10 años. Una disertación teórica de este fenómeno se puede entender desde la perspectiva de la teoría del Agente principal, ya que las personas jóvenes, al no encontrar el bienestar económico y social para sus familias en las empresas, tienen la necesidad de éxito, desarrollo y crecimiento económico, por lo que se ven orilladas a dedicarse al ambulante, con nulas oportunidades de obtener prestaciones sociales.

Por otro lado, Medina (2005) alude a la existencia de una fuerte correlación entre el nivel educativo de los tianguistas y el tiempo que llevan dedicándose al comercio informal. Sus resultados concuerdan con los obtenidos en esta investigación, ya que los que se incorporaron en los últimos años a las ventas callejeras tienen un mayor nivel de educación.

Figura 3: Contingencia de la Variable Edad y Nivel de Estudios

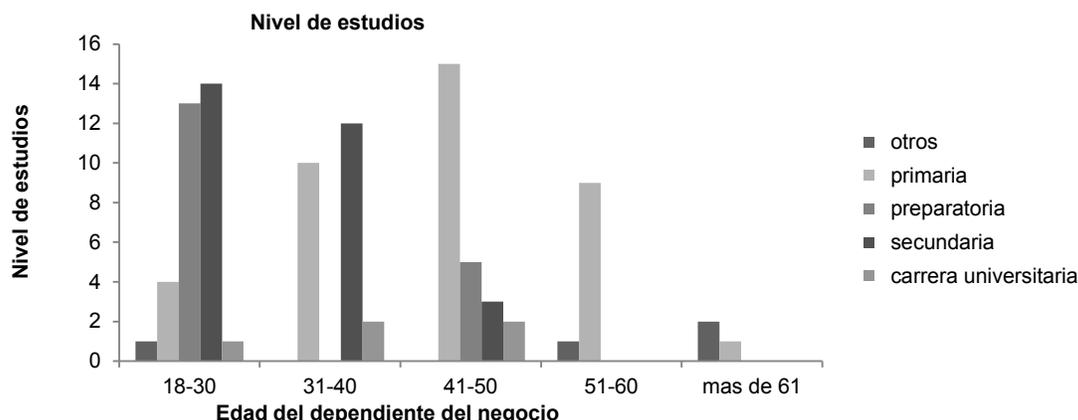


Figura de contingencia de la variable edad y nivel de estudios. Las escasas oportunidades de trabajo provoca que un mayor número de jóvenes entre los 18 y 30 años de edad estén dejando de estudiar y la fuente de trabajo es el comercio informal.
Fuente. Elaboración propia con datos de campo, 2009.

Actualmente existen muchos comerciantes que venden no sólo una vez a la semana, sino dos, tres o hasta los siete días de la semana en diferentes tianguis establecidos a la redonda del municipio de Texcoco. La media obtenida en cuanto a los días que trabajan las personas en este negocio a la semana es de 2 a 4 días y la moda es de 4 a 6 días a la semana. Lo anterior es un fenómeno cuando un comerciante no puede ganarse la vida por medio de un establecimiento fijo tiene que recurrir a la movilidad y a la reinstalación de su negocio en lugares distintos, y tener como consecuencia una mayor población que pueda consumir los productos que ofrece. Lo anterior tiene su explicación con la “teoría de venta móvil al menudeo” (TVMM) (Stine, en Plattner, 1999:254), el cual alude a que un negocio o empresa deberá incrementar su población consumidora mediante el recurso de instalarse en otros lugares o regiones, tal como lo expresaron algunos tianguistas:

“Claro que sí vendo en otros tianguis, los domingos en el Fraccionamiento el Tejocote, los viernes en el tianguis del KM 27, los martes en Tocuila y los lunes pues aquí en Av. de las Torres, imagínese tengo que darle estudios a mi hija” (Tianguista anónimo, 2009).

“Sí vendo en otros tianguis, en el tianguis de la unidad Issste, en Tocuila y aquí en Texcoco, tengo que mantenerme y pues apoyo a mis sobrinos con su educación” (Tianguista anónimo, 2009).

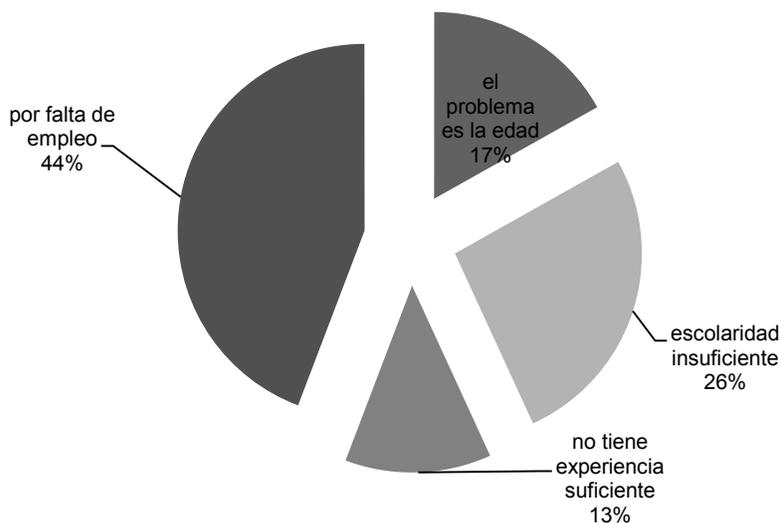
“Sí vendo en otros, aquí en esta Unión los lunes, en el Tejocote y en la Unidad Issste, lo hago por necesidad, desafortunadamente mi esposo tiene vicios” (Mujer tianguista anónimo, 2009).

Los resultados anteriores concuerdan con los resultados de Bustamante *et al.*, (2009), al obtener un 65.9% de los comerciantes informales trabajan de 5 días a la semana, y se infiere que este fenómeno ocurre en la mayoría de los comerciantes informales, debido a que se deben instalarse en zonas conurbadas, cerca de unidades habitacionales, ocupando la vía pública ilegalmente, por lo cual deben tener movilidad en diferentes sectores poblacionales.

Agentes Sociales

Atribuciones causales para dedicarse al comercio informal: Las atribuciones causales por las cuales las personas se dedican al ambulante y lo consideraron como una forma de sobrevivir, son las que se muestran en la Figura 4 y el testimonio de un comerciante lo confirma.

Figura 4: Atribuciones Causales Para Dedicarse al Ambulantaje



La figura 4 muestra las atribuciones causales para dedicarse al ambulante. Los comerciantes atribuyen la actividad informal a las pocas oportunidades de empleo, a la edad, al bajo nivel de experiencia, desarrollo de capacidades y al bajo nivel escolar. Fuente. Elaboración propia con datos de campo, 2009

“Yo soy tianguista por necesidad, aparte porque tenía mi negocio fijo (aún lo tengo), pero no se me vendía mucho y es más negocio andar de un lado para otro en un tianguis. En mi negocio tengo que pagar renta, luz, agua y unos impuestos y como ambulante no pago nada, solo 15 pesos por el piso y gano muchísimo más dinero en esto que en mi local fijo” (Tianguista anónimo 2009).

Las causas por las que las personas se dedican al ambulante no es sólo por falta de oportunidades en las empresas, o por la falta de competencias laborales, o por la edad, sino también hay que tomar en cuenta, que en este negocio no se pagan impuestos, no se tienen la obligación de declarar los ingresos, y mucho menos obligaciones fiscales.

Por otro lado, Bustamante *et al.*, (2009) menciona que lo que motiva a que las personas se dediquen al comercio informal es porque encuentran un negocio atractivo, tienen el privilegio de obtener dinero en forma diaria, es un negocio familiar y porque es lo único que saben hacer. Medina (2005) por su parte, hace referencia al desempleo, la falta de capacitación (escolaridad) y la generación de ingresos adicionales.

Sin embargo, hay que considerar que es un comercio desleal versus con los establecimientos formales. El gobierno en sus tres ámbitos (Federal, estatal y municipal) deberá regular el comercio informal a través de una política fiscal y reestructuración territorial para tener control y registro de los ambulantes, de manera que contribuyan a la recaudación fiscal.

Si bien es cierto que este fenómeno ha contribuido a generar empleos y disminuir la tasa de desempleo, y permite cierto ahorro a los consumidores; esta población económicamente activa no contribuye al gasto público y a la inversión mediante el pago de sus impuestos.

Beneficios Que Perciben los Tianguistas

El 36% de los entrevistados obtienen ingresos mayores en comparación a un trabajo formal, el 27% dice que su beneficio es la disponibilidad de tiempo y en una empresa tienen horario de entrada pero no de salida, un 21% manifestó que todos los ingresos son íntegros para ellos y no tienen que pagar impuestos ni les descuentan como en las empresas y al último con un 16% están los que tienen otros beneficios como son la distracción, son dueños del puesto y a nadie dan cuentas, otros dicen que sólo les importa ganarse la vida e ir pasándola, pueden vender lo que quieren, hay personas que han sido tianguistas toda la vida y se sienten orgullosos de eso y otros simplemente dan gracias por tener trabajo, al respecto un testimonio confirma lo anterior:

“La verdad a mí me va muy bien el ser tianguista, porque no pago mucho dinero de impuestos ni a mis empleados además hay días que sólo mis trabajadores se encargan del negocio y yo tengo más tiempo para dedicarme a otras cosas, nunca dejaría el oficio del ambulante por irme a una empresa donde me manden y sólo me exploten; ya que aquí yo soy mi propio patrón, yo solvento todos los gastos en mi familia como doctor cuando nos enfermamos u otros gastos personales, hasta a mis trabajadores luego les doy su aguinaldo no mucho pero se lo merecen y no los exploto tanto” (Tianguista, Osvaldo Cornejo Meras, 2009).

Desventajas del ambulante: El 32% contestó que no cuentan con seguridad social, el 26% se queja que en épocas de crisis hay pocas ventas ya que no llegan todos los clientes a comprar, un 25% contestó que no cuenta con prestaciones y el gasto más fuerte es cuando se enferma su familia tiene que pagar clínica particular y el 17% representa a todos los tianguistas que contestaron otras desventajas como si no venden no comen, algunos son dueños de su propio negocio y por tanto ellos solventan todos los gastos, otros se quejan que tienen que soportar el sol o las lluvias. Al respecto un tianguista comentó:

“Mira mi amigo esto de ser tianguista es un albur, hay días que parece que te sacas la lotería y hay días que no sacas ni para comer, yo me he dedicado de tianguista hace como 4 años y la verdad si es muy pesado estar en este negocio soportando el sol o las lluvias ya que yo sólo soy trabajador, tengo que dar cuentas y lo más difícil mantener a mi esposa y cuatro hijos, lo peor es cuando se enferman y no tengo nada de seguro y tengo que gastar en doctor particular, mi esposa trabaja en otro puesto aquí mismo pero no nos alcanza ya que mis hijos estudian y dependen de nosotros” (Tianguista, Miguel Ángel Curiel Sánchez, 2009).

Medina (2005) alude a las ventajas y desventajas del comercio informal y concluye que las principales ventajas están asociadas con la independencia y la disponibilidad de dinero diariamente. Y las principales desventajas son las acciones policivas dirigidas contra los vendedores y las difíciles condiciones climáticas y ambientales que tienen que afrontar a diario en las calles de la ciudad.

Agentes Económicos

La fase 3 es la última etapa del cuestionario aplicado en esta investigación de campo con el objetivo de realizar un análisis económico de los comerciantes que forman la Unión de Tianguistas Texcocanos San Antonio A.C., para conocer las causas económicas que originan la actividad del ambulante, en la ciudad de Texcoco.

Oportunidades por parte del gobierno: El 22% de los entrevistados mencionaron que los bajos salarios que ofrecen las empresas han sido causa para dedicarse al comercio informal, el 13% lo atribuyó a las pocas prestaciones y el 60% a un bajo nivel de oferta del empleo formal. Dichos resultados confirman lo postulado por la teoría de los sistemas mundiales y del agente principal.

Cuota por piso: En el cuestionario aplicado se preguntó cuál es la cuota que pagan los comerciantes al municipio de Texcoco para poder ocupar un metro cuadrado de vía pública y vender sus productos. Se entrevistó al secretario de la Unión y comentó lo siguiente:

“Cada uno de los tianguistas paga \$5.00 pesos por metro cuadrado que ocupen, como hay muchos puestos que abarcan más de 1 metro cuadrado tienen que pagar más. Cada trabajador paga lo justo en base a los metros que ocupan, esta cuota recolectada se aprovecha para gastos directos de la Unión y un porcentaje se destina al Ayuntamiento de Texcoco y por obvias razones no tengo informado cuál es el destino de dicho dinero entregado a las autoridades representantes del municipio” (Tianguista, Juan Rodolfo Guerrero Cerón, 2009).

De los 95 entrevistados, el 40% paga entre \$1 y \$10 pesos, el 30% paga entre \$11 y \$20 pesos, el 16% paga más de 40 pesos, se supone que este porcentaje es el que tiene los puestos más grandes de la Unión, el 9% de todos los entrevistados da su cooperación de \$21 a \$30 pesos y por último sólo un 5% da su parte de \$31 a \$40 pesos. La moda de la cuota pagada por los tianguistas es de \$1.00 a \$10.00 pesos por cada lunes, esto quiere decir que la mayoría de los puestos pertenecientes a la Unión de Tianguistas Texcocanos San Antonio A.C. ocupan un espacio de vía pública de 1 o 2 metros cuadrados; además se obtuvo una media de \$11 a \$20 pesos. Los resultados muestran la permisividad para el enriquecimiento ilícito de inspectores y líderes, ya que por vox populi se dice ser beneficiados los representantes del Ayuntamiento de Texcoco. Por ello, la responsabilidad de fomentar el comercio informal es del gobierno, lo que hace necesario regular el comercio informal a través de políticas públicas donde converjan los intereses de los comerciantes, consumidores y gobierno.

Trabajo formal e informal: El 53% de los encuestados no ha trabajado en una empresa y el 47% sí, varios de ellos lo atribuyen por el bajo salario, tal como lo expresa un informante:

“La verdad, nunca he trabajado en una empresa ni he tenido prestaciones, pero con el trabajo en el tianguis me doy por bien servido, me va bien y gano lo suficiente para solventar mis gastos y los de mi familia, además he tratado de buscar empleo en empresas y no encuentro porque no tengo las características para el puesto o simplemente no me dan lo que gano en el tianguis” (Tianguista anónimo, 2009).

Más del 50% de los comerciantes han iniciado en su primer trabajo o sus actividades laborales en el comercio informal. El 85% prefiere el trabajo informal y el 15% le gustaría que lo contrataran en una empresa, tal como lo menciono un tianguista:

“Yo trabajo en el tianguis de los lunes específicamente en la Unión de Tianguistas Texcocanos San Antonio, y vendo verduras, frutas y legumbres, mis ingresos son muy buenos y no me gustaría trabajar en un negocio con prestaciones y seguro, porque me quitan mucho dinero de mi sueldo y además pagan muy poco en esos trabajos, he visto que cuando me va bien gano igual o hasta más que un profesionalista, tengo ocupados la mayoría de los días a la semana para andar vendiendo en diferentes tianguis” (Tianguista, Julio Camacho Benegas, 2009).

El 11% opinan que se obtienen menores ingresos y el 89% menciona que tienen mayores ingresos en la actividad informal. Lo anterior concuerda con lo postulado en la teoría del Agente principal, el cual dice,

que las personas prefieren trabajar por cuenta propia e independizarse para obtener mayores ingresos, por lo tanto se dedican al comercio informal (ambulante) al no tener otras alternativas.

Nivel de ingresos: La media del nivel de ingresos mensuales está entre los \$3,000.00 a \$5,000.00 pesos mensuales. el 38% de las personas encuestadas respondieron que obtienen un promedio de \$1,000.00 y \$3,000.00 pesos mensuales, por otro lado, el 39% de las personas obtienen entre \$3,001.00 y \$5,000.00 pesos, un 13% obtienen de \$5,001.00 a \$7,000.00 pesos y sólo el 10% de las personas obtienen mensualmente más de \$7,000.00 pesos.

Cantidad invertida y nivel de ingresos: El 5% de los comerciantes invierten más de \$700.00 pesos a la semana para surtir su puesto. El 16% invierte entre \$5,001.00 y \$7,000.00 pesos a la semana, el 25% invierte entre \$2,501.00 a 5,000.00 pesos por semana y el 54% invierte alrededor de 1,000.00 y 2,500.00 pesos por semana. El 38% de las personas encuestadas respondieron que obtienen un promedio de \$1,000.00 y \$3,000.00 pesos mensuales, por otro lado, el 39% de las personas obtienen entre \$3,001.00 y \$5,000.00 pesos, un 13% obtienen de \$5,001.00 a \$7,000.00 pesos y sólo el 10% de las personas obtienen mensualmente más de \$7,000.00 pesos.

Los resultados de la prueba de correlación de Pearson es significativa al nivel 0.01, por lo que existe una correspondencia entre la cantidad de dinero que se invierte entre el nivel de ingresos que se obtiene. Por lo que se puede inferir que entre más se invierta, mayores son los ingresos obtenidos y viceversa, entre menos se invierta menores son los ingresos. Así mismo se obtuvo que más del 50% de los comerciantes se encuentran en un estatus de sobrevivencia, debido a que la media está entre una inversión de \$1,000.00 a \$2,500.00 pesos y obtienen un promedio de ingresos de \$1000.00 a \$3,000.00 pesos mensuales. Este promedio es muy parecido al que obtuvo Bustamante *et al.*, (2009), el cual varía entre los US\$166.6 y US\$333.3 mensuales. Los resultados denotan que solo sobreviven, sin embargo, ¿por qué las personas siguen en esta actividad y más aun incrementa el número de ambulantes? Es claro que muchas veces los comerciantes prefieren maquillar sus ingresos, debido al temor sobre inspectores o autoridades fiscales por el cobro de impuestos, por la fiscalización de sus productos, o porque no comprueban la procedencia de la mercancía ante las autoridades. Al respecto Medina (2005) menciona que no se puede inferir que las ventas callejeras funcionen simplemente como estrategia de supervivencia, sino muy al contrario que esta actividad puede ser más eficiente para obtener ingresos superiores al salario mínimo.

Contratación, parentesco y pago de salarios: El 46% de los comerciantes contrata personal, el resto no lo hace; esto difiere con Bustamante *et al.*, (2009) ya que el obtuvo que solo el 4% tiene empleados a su servicio. El 22% contrata amigos, el 23% contrata a familiares y sólo el 1% contrata a personal sin ningún lazo de amistad o familiar. Lo que refleja que la mayoría de los tianguistas son dueños del puesto y el resto son trabajadores contratados (ayudantes), con la salvedad de que no se realiza contrato de trabajo, como lo expresa un tianguista:

“Mire yo llevo trabajando en este tianguis casi 5 años y nunca he necesitado de una persona que me ayude en el puesto ya que como podrá ver vendo ropa usada y el trabajo es mínimo el que se hace pero he visto que los que necesitan ayudante son los que venden verduras, comida, discos u otros puestos con más actividades y también he visto que si tienen gente trabajando les pagan muy poco y la mayoría son puros familiares, parientes cercanos y amigos, aquí no se necesita nada de solicitudes ni cosas de esas” (Tianguista, Julio Camacho Benegas, 2009).

No se encontraron estudios donde se pudieran hacer comparaciones con los resultados bajo qué relación guardan los comerciantes con las personas que contratan sin embargo, como lo declara Julio Camacho integrante de la Unión, lo más común es que sean los propios familiares, sean éstos los cónyuges o los hijos, debido a que las utilidades no se reparten, si no que se quedan en el núcleo familiar, de tal suerte

que muchos de los jóvenes como ya se comentó anteriormente, incursionan en el ámbito del ambulante porque lo aprenden de sus congéneres.

La forma de pago es en efectivo, el 31% de los dueños de los puestos paga a sus empleados por día, el 14% paga semanalmente y sólo el 1% paga a la quincena, a este respecto se menciono:

“Yo soy tianguista y vendo frutas y verduras, por cuidado personal y patrimonial me abstengo en dar mi nombre, tengo 3 trabajadores en mi puesto y les pago cada día trabajado pero como trabajamos 4 o 5 días a la semana seguido hay ocasiones que les pago cada día y otras les doy todo junto, el sueldo no es fijo, a veces nos va muy bien en las ventas pero hay días que si nos va mal y aparte lo que ellos se llegan a agarrar a escondidas pero no me molesta porque me doy cuenta que no es mucho y pues la necesidad cada día está peor” (Tianguista anónimo, 2009).

Los comerciantes que pagan por día, el 27% paga entre \$50.00 y \$100.00 pesos diarios, el 3% paga entre \$101.00 y \$200.00 pesos al día y el 1% paga entre \$201.00 y 300.00 por día. Los que pagan por semana, el 12% paga entre \$301.00 y \$500.00 pesos semanales y el 2% paga entre \$201.00 y \$300.00 pesos cada semana. Los que pagan por quincena, pagan entre \$701.00 y \$800.00 pesos por quincena, lo cual representa el salario mínimo general, es decir entre \$50.00 y \$55.00 pesos diarios.

De acuerdo a las entrevistas sistematizadas, se infiere que las personas que son contratadas como ayudantes no perciben un sueldo fijo, más bien éste es variable y de acuerdo a como se venda en el día; sin embargo, en época de crisis se agudiza e incrementa la economía informal y genera fuentes de empleo pero con la salvedad de que los ingresos son muy pocos, por lo que se puede afirmar que se fomenta la economía de subsistencia.

Para conocer la impresión de los comerciantes en cuanto si los excesos de impuestos federales es una causa que se le atribuye al aumento del fenómeno del ambulante, se obtuvo que el 82% estuvo de acuerdo que es una de las causas por las que toman como alternativa, porque no son fiscalizados sus ingresos, de manera que los comerciantes (todos ellos anónimos) expresaron la conveniencia del mercadeo informal:

*“Los impuestos son muy altos”
“El ambulante te permite liberarte de este tipo de trámites”
“Cada día son más los impuestos que cobran”
“Porque a la gente no le gusta pagar impuesto”
“Porque es mucho lo que se paga de impuestos”
“En el tianguis hay más ganancias netas”
“Porque hay que dar muchas mordidas”
“Ponen más trabas para legalizar los negocios”
“Son impuestos absurdos”
“Todos los impuestos son un robo de Hacienda”
“Cada año aumentan los Impuestos Fiscales”*

CONCLUSIONES

El comercio informal bajo los postulados de la teoría del Agente principal y de los Sistemas mundiales, es un problema que radica en las escasas oportunidades de trabajo con mejores condiciones salariales y prestaciones sociales en México, por lo cual los trabajadores prefieren ser independientes y dedicarse al comercio informal. Este fenómeno ha sido estudiado en diversos países de América Latina cuyos resultados han coincidido con este estudio, tal como se pudo corroborar en la revisión de literatura, por lo

que se puede inferir que la globalización neoliberal ha fomentado estrategias que incrementan la precariedad económica en los países de Latinoamérica y que finalmente las políticas públicas sobre todo en México han fomentado el comercio de calle al margen de disposiciones ilegales que el mismo gobierno promueve, debido a que se han creado alianzas entre comerciantes informales y autoridades locales en donde obtienen mutuos beneficios, por un lado, la posibilidad de lograr y mantener un puesto y por el otro, el dinero a través de la corrupción, como es el caso de los tianguistas de Texcoco que pagan una cuota por piso y que finalmente este dinero no ingresa a tesorería del municipio sino que se queda en manos de inspectores, esto sucede en todos los tianguis de México.

Tomando en cuenta la Teoría de mercados y la Teoría de la venta móvil al menudeo, es necesario establecer políticas públicas a través de un programa de sustentabilidad y reubicación de los tianguis. Este programa debe abarcar los siguientes aspectos. Primero, la consolidación de cooperativas o asociaciones legalmente establecidas. De tal manera, que un comerciante que quiera vender en la vía pública deberá pertenecer a una asociación legalmente y regulada por las autoridades. Segundo, que el tianguis o mercado sobre ruedas como figura jurídica legal, sea responsable socialmente, mantener limpia la zona y cuidar la salud de la población. Cuarto, fomentar programas que proporcionen capacitación empresarial y desarrollo humano, con el fin de que los ambulantes dejen de serlo y sentirse, y se conviertan en personas con una visión empresarial y competitiva. Quinto, integrar un fondo de consolidación para el comercio informal, de manera tripartita, es decir, gobierno federal y estatal, asociaciones o cooperativas legales de los ambulantes y los sindicatos de los integrantes de los tianguis a fin de fomentar el ahorro y la inversión, con la visión de crear empresas. Sexto, becar a los comerciantes jóvenes y adolescentes para que terminen estudios universitarios, a través de un fondo de consolidación para el comercio informal. Séptimo, la legalización de las asociaciones que promuevan a sus agremiados solicitar prestaciones sociales.

Se sugiere que los programas que se están recomendando se elaboren bajo la perspectiva de género con el fin de ser equitativos y dar las mismas oportunidades de éxito, ingresos y un estatus a las mujeres que se dedican al comercio informal. De manera que el gobierno deberá regular el crecimiento del ambulante, restableciendo la economía del país, donde se oferten mejores oportunidades de trabajo para los mexicanos.

Se recomienda que la cuota que pagan los ambulantes entre a Tesorería del municipio como pago de impuestos por el uso de la vía pública y se evite pagar directamente a los representantes del H. Ayuntamiento ya que sólo fomentan la corrupción y el enriquecimiento ilícito de éstos.

El 89% de los ambulantes opinan que hay mayores ingresos en el comercio informal que en el formal. Por ello, es necesario fomentar el ahorro en los comerciantes en cajas de ahorros para la inversión y generar empresas formales, a través de un programa de consolidación de las asociaciones.

El 82% atribuye como causante del ambulante a los excesivos impuestos ya que no alcanza el dinero para vivir. De tal manera que las autoridades hacendarias deben regular los excesos elevados y complicados cálculos de impuestos y manejar sólo una tasa de acuerdo a sus ingresos, y reducir los trámites administrativos y de recaudación.

Los resultados arrojaron que jóvenes con estudios superiores se están incorporando a la actividad informal, por lo cual se infiere que tienen una buena capacidad emprendedora, lo cual se podría incrementar con apoyo gubernamental, a través de políticas públicas focalizadas a través de créditos o subsidios para crear empresas.

Sin embargo, todavía falta mucho por hacer y analizar, el porqué esta actividad seguirá siendo foco de atención para muchos investigadores. Y teorizar sobre la competitividad de los productos que se ofrecen en este tipo de mercados establecidos en las calles. El origen, la calidad y precio de los productos, así como, conocer por qué la gente acude a estos mercados, que finalmente son los que de alguna manera promueven al comprar y adquirir mercancías en los locales sobre ruedas.

ANEXOS

Anexo 1. Instrumento De Campo

Universidad Autónoma Del Estado De México- Centro Universitario Uaem Texcoco

El objetivo de este cuestionario es realizar un análisis socioeconómico del Tianguis Tradicional de los Lunes en la ciudad de Texcoco, enfocado a la Unión de Tianguistas Texcocanos San Antonio A.C.; por lo tanto, la información proporcionada será confidencial y con fines académicos exclusivamente.

FASE 1 “DESCRIBIR LOS COMERCIOS INFORMALES”

1. Mencione usted ¿cuál es el tipo de mercancía que vende?
 - a. Verduras.
 - b. Frutas.
 - c. Comida.
 - d. Discos musicales.
 - e. Productos electrónicos.
 - f. Otros (especifique)
2. Especifique el sexo y edad del dependiente que atiende este negocio.
 - a. Hombre edad 18 – 30 41 – 50 más de
 - b. Mujer 31 – 40 51 – 60 61
3. Mencione aproximadamente ¿cuántos años tiene este negocio?
 - Menos de 1 1 – 3 4 – 10 más de 10
4. ¿Podría indicar cuántos días a la semana labora usted en este oficio?
 - 1 – 2 2 – 4 4 – 6 7
5. ¿Podría indicar cuál es la cuota que paga usted por piso?
 - \$1 – 10 11 – 20 21 – 30 31 – 40 más de \$40
6. Mencione aproximadamente ¿cuál es la cantidad de dinero que invierte usted a la semana en el negocio?
 - \$1000 – 2500 2501 – 5000 5001 – 7000 más de \$7000

FASE 2 “IDENTIFICACIÓN DE LOS AGENTES SOCIALES”

7. ¿Podría indicar que nivel de estudios tiene el o la dependiente del negocio?
 - a. Primaria.
 - b. Secundaria.
 - c. Preparatoria.
 - d. Carrera universitaria.
 - e. Otros (especifique)
8. ¿Cuál es el motivo principal por el cual ha decidido dedicarse a este negocio y no a trabajar en una empresa?
 - a. Por falta de empleo.
 - b. El problema es la edad.
 - c. Escolaridad insuficiente.
 - d. No cuenta con experiencia suficiente.
9. ¿Qué beneficios ha encontrado al dedicarse a esta actividad?
 - a. Mayores ingresos
 - b. Disponibilidad de tiempo
 - c. Evasión de impuestos
 - d. Otros (especifique)

10. ¿Qué desventajas ha encontrado al dedicarse a esta actividad?
- a. No cuenta con seguridad social.
 - b. No cuenta con prestaciones.
 - c. Época de crisis pocas ventas.
 - d. Otras (especifique) _____

FASE 3 “IDENTIFICACIÓN DE LOS AGENTES ECONÓMICOS”

11. De acuerdo a su experiencia ¿qué es lo que la o lo obliga a trabajar en este oficio?
- a. Bajos salarios.
 - b. Pocas prestaciones.
 - c. Poca oferta de empleo.
12. ¿Alguna vez ha trabajado en una empresa?
- a. Sí
 - b. No
13. ¿Usted considera que este negocio le es más rentable que estar en una empresa?
- a. Sí ¿Por qué? _____
 - b. No ¿Por qué? _____
14. De acuerdo a la pregunta 12 y según su experiencia ¿dónde ha obtenido mayores ingresos económicos?
- a. Empresa.
 - b. Negocio (ambulante).
15. ¿Cuál es el nivel de ingresos promedio en este negocio?
- a. Entre \$1,000 y \$3,000 al mes
 - b. Entre \$3,001 y \$5,000 al mes
 - c. Entre \$5,001 y \$7,000 al mes
 - d. Más de \$7,000 al mes
16. ¿Contrata personal para que lo apoyen en el negocio?
- a. Sí
 - b. No
17. Con base a la pregunta anterior ¿qué relación tiene con sus empleados?
- a. Familiares.
 - b. Amigos.
 - c. Otros (especifique) _____
18. ¿Cuándo y qué cantidad paga usted en promedio a sus empleados?
- a. Por día. \$ _____ pesos.
 - b. Por semana. \$ _____ pesos.
 - c. Por quincena. \$ _____ pesos.
 - d. Mensual. \$ _____ pesos.
19. ¿Qué tipo de impuestos paga usted en este negocio?
- REPECOS IVA ISR IETU Otro especifique _____
20. ¿Cree usted que los impuestos fiscales de hoy en día sean un motivo por el cual la mayoría de las personas se dediquen al ambulante?
- a. Sí ¿Por qué? _____
 - b. No ¿Por qué? _____

BIBLIOGRAFÍA

Aragones, Ana María, 2000. Migración internacional de trabajadores. Una perspectiva histórica. Plaza y Valdés. UNAM- Campus Acatlan, México.

Botero, María Mercedes; Herrera, Ketty y Grey, Javela Lady, 2008. Análisis psicosocial de la relación comercial entre vendedores informales y sus consumidores: Un estudio en las ciudades de Neiva y Cartagena sobre el comercio informal de café. Revista Diversitas. Perspectiva en psicología, año/vol. 4, número 001. Universidad Santo Tomás. Bogotá, Colombia, pp. 25-35.

Brunner, José Joaquín y Elacqua, Gregory, 2003. Informe Capital Humano en Chile. (En línea) Universidad Adolfo Ibáñez. http://www.oei.es/etp/informe_capital_humano_chile_brunner.pdf (Consultada el 10 de junio de 2012).

Bueno, Castellanos Carmen, 2009. El rol de las mujeres en los cambios y continuidades de la economía informal. Revista Argumentos. Vol. 22, número 60. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, pp. 211-239.

Bustamante Edquén, Juan José, 2006. Factores que influyen en el comercio informal de ropa en el mercado modelo de la ciudad de Chiclayo, Perú. Informe de Investigación. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú.

Bustamante, Miguel A.; Díaz, Pérez Ricardo y Villarreal, Navarrete Patricia, 2009. Economía informa: un análisis al comercio ambulante de la región del Maule, Chile. Revista Forum empresarial, Vol. 14 Núm. 1 Universidad de Puerto Rico, pp. 35-57.

Calderón, Alzati, Enrique, 2004. El comercio informal en la ciudad de México. Fundación Arturo Rosenblueth. México.

Castro, Nieto Guillermina Grisela, 1990. Intermediarismo Político y Sector Informal: El comercio ambulante en Tepito. Revista Nueva Antropología, año/vol. XI, número 037. Universidad Nacional Autónoma de México. Distrito Federal, México, pp. 59-69.

Cárdenas, S. Mauricio y Rozo, V. Sandra, 2009. Informalidad empresarial en Colombia: Problemas y Soluciones. Revista Desarrollo y Sociedad, número 63. Universidad de los Andes, Colombia, pp. 211-243.

Cervantes, Niño José Juan; Gutiérrez, Garza Esthela y Palacios, Lylia, 2008. El concepto de economía informal y su aplicación en México: Factibilidad, inconvenientes y propuestas. Revista Estudios Demográficos y Urbanos, año/vol. 23 número 001. El Colegio de México. Distrito Federal, México. pp. 21-54

Cervantes, Niño José Juan, 2009. Explicaciones alternativas a la precariedad del sector informal y algunas propuestas de solución. Revista en Ciencias Sociales, vol. XV, número 2. Universidad del Zulia, Venezuela, pp. 207-222.

Contreras, Soto R. (Coord.): (2007) *Mercados Itinerantes - Tianguis*, Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2007b/296/ (consultada el 11 de julio de 2011).

Gámez, Alba E.; Wilson, Tamar Diana; Boncheva y Antonina Ivanova, 2010. Las mujeres en la migración interna y el empleo informal en Baja California Sur, México. Revista de Estudios de Género. La ventana, vol. IV, núm. 32. Universidad de Guadalajara. Guadalajara, México. pp. 214-243.

Gómez, Méndez Norma Angélica, 2007. Redes sociales y comercio en vía pública en la Ciudad de México. Revista El Cotidiano, año/vol. 22, número 143. Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco. Distrito Federal, México, pp. 41-47.

Huesca, Reynoso Luis, 2008a. Análisis de los cambios de la población masculina en el sector formal e informal urbano de México. Revista Estudios Demográficos y Urbanos, vol. 23, número 3. El Colegio de México, México. pp. 543-569.

Huesca, Reynoso Luis y Camberos, Castro Mario, 2009b. El mercado laboral mexicano 1992-2002. Un análisis contrafactual de los cambios en la informalidad. *Revista Economía mexicana Nueva Época*, vol. XVIII, Número 1, Centro de Investigaciones y Docencia Económica, A. C., México, pp. 5-43.

Huesca, Reynoso Luis, 2010c. El empleo informal en la frontera norte de México y el caso de Sonora: un análisis de expectativas en los ingresos. *Revista Región y Sociedad*, vol. XXII, número 49. El Colegio de Sonora. Sonora, México, pp. 17-43.

León, Camargo A. y Caicedo, Mora H. G., 2005. Elementos conceptuales para el estudio de la economía informal en Villavicencio: Ventas Informales. *Revista Orinoquia*, año/vol. 9, número 001. Universidad de los Llanos Villavicencio, Colombia, pp. 6-18.

Maldonado, Carlos y Hurtado, Montserrat, 1997. *El Sector Informal en América Latina. Una Perspectiva Interdisciplinaria*, Bogotá – Colombia, 1997 - 2004, pp.156.

Medina, Muñoz Lina Rocío, 2005. Comercio callejero: Sistema racional de distribución minorista. *Revista Universitas Humanística*, año/volumen XXXII, número 060. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia, pp. 39-59.

Millán, Henio y Natal, Alejandro, 2006. La rendición de cuentas a la luz de la Teoría-Agente principal: un análisis de la democracia en México. *Documentos de discusión sobre el nuevo institucionalismo*. El Colegio Mexiquense, A. C. pp. 6.

Mora, Rodrigo, 2003. Comercio Informal y Estructura Urbana Periférica: Una metodología de análisis de las ferias libres. *Boletín del Instituto de la vivienda*, año/vol. 18, número 048. Universidad de Chile. Santiago, Chile, pp. 106-114.

Núñez, Castrejón Antonia y Gómez, Chiñas Carlos, 2008. Controversia y debate actual sobre el sector informal. *Revista Análisis Económico*, vol. XXIII, número 54. Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, México. pp. 131-155.

Organización Internacional para las Migraciones (OIM), 2001. *Informe sobre las migraciones en el mundo 2000*. Naciones Unidas.

Parra, Bernal León Darío, 2010. Un análisis de la dinámica productiva de la empresariedad informal: el caso del sector textil en la Paz y el Alto, Bolivia en 2010. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, número 70. Universidad EAN. Bogotá, Colombia, pp. 150-156.

Paul, S. Maxim, 2002. *Métodos cuantitativos aplicados a las ciencias sociales*. Editorial OXFORD, México.

Plattner, Stuart, 1991. *Antropología económica*. Coedición Patria y CONACULTA. México.

Rocha, Ricardo; Sánchez, Fabio y García, Leonardo, 2009. Ventajas callejeras y espacios públicos: efectos sobre el comercio de Bogotá. *Revista Desarrollo y Sociedad*, número 63. Universidad de los Andes, Colombia. pp. 245-268.

Silva, Londoño Diana Alejandra, 2007a. Las Redes Sociales y la Importancia de la Medición Política en el Comercio en Vía Pública. *Revista Perfiles Latinoamericanos*, Número 030, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Distrito Federal, México, pp. 79-99.

Silva, Londoño Diana Alejandra, 2007b. Conflictos por el espacio público urbano y el comercio en vía pública. Percepción acerca de la legitimidad sobre su uso. Revista El Cotidiano, año/vol. 22, número 143. Universidad Autónoma Metropolitana- Azcapotzalco. Distrito Federal, México, pp. 48-56

Tunal, Santiago Gerardo, 2005. El Mercado de Trabajo como Unidad de Análisis para las Microempresas Informales Urbanas. Revista de Ciencias Sociales (Cr), año/vol. II, Número 108, Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica, pp. 41-53.

Urdaneta, de Ferrán Lourdes, 2000. El producto interno bruto y el sector informal. Revista Venezolana de análisis de coyuntura. Año/vol. VI, número 001. Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela, pp. 143-160.

Zaremberg, Gisela, 2010. Hexágono versus árbol: casos atípicos en la organización del comercio informal en el Distrito Federal. Revista Perfiles Latinoamericanos, número 36. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, México, pp. 143-180.

BIOGRAFÍA

Rebeca Teja Gutiérrez, Dra. en Problemas Económicos Agroindustrial por el CIESTAAM, Universidad Autónoma Chapingo, Maestra en Ciencias por el Colegio de Postgraduados y Contador Público por el IPN. Profesora de Tiempo Completo en el Centro Universitario UAEM Texcoco de la Universidad Autónoma del Estado de México en la Licenciatura de Contaduría Pública.

Nidia López Lira es Maestra en Finanzas por la Universidad Nacional Autónoma de México; es Profesora de Tiempo Completo de la Universidad Autónoma del Estado de México. Se le puede encontrar en Centro Universitario UAEM Valle de Chalco, en la calle Hermenegildo Galeana 3, Col. María Isabel, Valle de Chalco Solidaridad, Estado de México.

LA TRANSPARENCIA DE LA INSTITUCIONES PÚBLICAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR DEL NOROESTE DE MÉXICO

Sonia Elizabeth Maldonado-Radillo, Universidad Autónoma de Baja California

Víctor Manuel Alcántar Enríquez, Universidad Autónoma de Baja California

Blanca Rosa García Rivera, Universidad Autónoma de Baja California

María Concepción Ramírez Barón, Universidad Autónoma de Baja California

RESUMEN

Este trabajo presenta una investigación de tipo descriptivo, transversal con diseño no experimental sobre el diagnóstico de la transparencia de las instituciones públicas de educación superior (IPES) del noroeste de México. El objetivo consiste en identificar, bajo el enfoque de la ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (LFTAIPG), la existencia de diferencias significativas entre la transparencia de las IPES y el tipo de subsistema al cual pertenecen; para lograrlo se trabajó con una muestra de 21 universidades y tecnológicos. En la recolección de los datos se empleó una plantilla de 39 ítems cuya confiabilidad fue determinada a través del alfa de Cronbach, obteniendo un índice de 0.953. Los resultados obtenidos indican que el nivel de transparencia, en promedio, de las páginas Web de las IPES es muy bajo y que existen diferencias estadísticamente significativas en la transparencia de las páginas Web de las universidades y tecnológicos.

PALABRAS CLAVE: Transparencia, Acceso a la Información, Instituciones Públicas de Educación Superior

TRANSPARENCY OF THE MEXICAN PUBLIC ORGANIZATIONS OF HIGHER EDUCATION

ABSTRACT

This study presents a descriptive, transversal research with non-experimental design on the diagnosis of the transparency of public institutions of higher education (IPES) in the Northwest of Mexico. The aim is to identify under the focus of the Federal law of transparency and access to government public information (LFTAIPG), the existence of significant differences between the transparency of the IPES and the type of subsystem to which they belong; to achieve this we worked with a sample of 21 universities and technological. In the gathering of data was used a template of 39 items whose reliability was determined through the Cronbach alpha, obtaining a 0.953 index. The results obtained indicate that the level of transparency, on average, of the Web pages of the IPES is very low and there are statistically significant differences in the transparency of the Web pages of universities and technological.

JEL: H83, I28

KEYWORDS: Transparency, Access to information, Public Institutions of Higher Education

INTRODUCCIÓN

La transparencia y la rendición de cuentas de la actividad realizada por las entidades públicas y en especial por las de educación superior, es un tema nuevo en la agenda política de la mayoría de los países (Martín, 2006). Sobre esta materia existen algunos estudios tanto a nivel internacional como

nacional que se han avocado principalmente a la elaboración de índices que permitan determinar el grado de transparencia con que las instituciones públicas rinden cuentas sobre el manejo de los recursos que les son confiados por el Estado.

En estos trabajos no se hace referencia al valor y oportunidad de la información presentada, en consecuencia, existe la necesidad de conocer si estas instituciones muestran información significativa que proporcione los elementos de juicio para la toma de decisiones de los usuarios y, sobre todo, que posibilite la medición de la calidad del servicio proporcionado. Para solventar esta necesidad es deseable determinar la relación de la transparencia con la facilidad de acceso a la información, la información referida a la rendición de cuentas y las características de la información presentada en los portales de transparencia (Internet) de las IPES.

Este portal de internet debe propiciar la hiperlectura, que refiere a la posibilidad de saber distinguir entre la abundancia informativa y los contenidos. Debe ser un producto multifuncional que promueva con eficiencia el posicionamiento de la institución. No es solamente un sitio, se trata de un escaparate que muestra a la institución; un escaparate con significados que hagan fácil al público y a la sociedad percibir en ellos valores añadidos como el de una identidad singular, un estilo fuerte o una imagen nítida que refleje la transparencia de su gestión (Pardo, 2006).

La identificación de la transparencia de las IPES va más allá de una simple curiosidad, es una cuestión relevante para la comunidad debido a que este tipo de organizaciones reciben subsidios gubernamentales para su subsistencia y por ello deben comunicar al exterior (a la comunidad) los resultados de la gestión de los recursos que les son asignados, así como de su impacto en la enseñanza y la investigación; no sólo tienen la responsabilidad de rendir cuentas en términos fiscales y de gestión, sino también en cuanto a la manera en que recaudan sus fondos, los distribuyen y los gastan (Mahoney, 2001).

Aun cuando es evidente esta responsabilidad, en la actualidad no existe uniformidad en los parámetros para evaluar el nivel de su desempeño respecto a la transparencia de su gestión a través de medios de comunicación electrónica. Algunas IPES asumen que cumplen con este compromiso simplemente porque entregan los reportes exigidos por la Secretaria de Educación Pública (SEP) o porque establecieron un convenio de colaboración con el Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI) para fortalecer la cultura de transparencia y la apertura de la información; otras, se sienten satisfechas porque ocuparon un buen lugar en el reporte del índice de Transparencia y Acceso a la Información de las Universidades Públicas realizado por aRegional.com (Sitio Web en donde se concentra y genera información económica y estadística acerca de cada uno de los Estados y Municipios de la República Mexicana).

Con el objetivo de identificar, bajo el enfoque de la LFTAIPG, la existencia de diferencias significativas en la transparencia de las IPES atribuidas al tipo de subsistema, se ha seleccionado a universidades y tecnológicos del noroeste de México. Con ello se pretende, además, evaluar cómo se da la transparencia en sus portales de internet y valorar de la utilidad (relevancia y oportunidad) de la información presentada. Esta evaluación se delimita por tres variables (Facilidad de Acceso a la Información, Información referida a la Rendición de Cuentas y las Características de la Información), las cuales a su vez están subdivididas en once dimensiones; el estudio abarca los portales de transparencia de las páginas Web de las IPES del noroeste de la República Mexicana. Esta investigación temporalmente cubre el periodo 2009- 2010.

El presente trabajo se encuentra organizado en apartados. En la revisión literaria se presentan los fundamentos teóricos relevantes para la investigación; el segundo apartado, se refiere a la metodología empleada y se mencionan: la descripción del objeto de estudio, las técnicas de recolección de datos empleadas, los instrumentos utilizados y las formas en que se ha procedido a efectuar mediciones, a seleccionar una muestra o realizar un tratamiento estadístico con la información obtenida; en el apartado

de resultados se expone el análisis de la información recabada que se presenta en tablas y; finalmente, en el último apartado se plantean las conclusiones y limitaciones del estudio.

REVISIÓN LITERARIA

Sistemas de Educación Superior. Ámbito Nacional y Regional

En la actualidad, el Sistema de Educación Superior (SES) en México está caracterizado por su gran dinamismo, diversidad, heterogeneidad y complejidad como resultado de su composición geográfica, urbana, económica, política y social (López, 2005). Se encuentra integrado al Sistema de Educación, el cual se conforma de los subsistemas de educación básica, educación media superior y educación superior (SEP, 2003).

El SES comprende los estudios posteriores a los de la educación media superior; estudios que son impartidos tanto en instituciones públicas y privadas. En el ciclo escolar 2004-2005, se encontraba integrado por 1,892 instituciones; 173 públicas y 1,179 privadas cuyo propósito consiste en la formación de personas en los niveles técnico superior universitario o profesional asociado, licenciatura, especialidad, maestría y doctorado (Arzate y Romero, 2007).

El SES se encuentra integrado por varios subsistemas, entre los cuales se ubican el subsistema de universidades públicas y el de institutos tecnológicos. El primero se constituye por universidades federales y estatales es el más grande, pues tiene más alumnos y docentes que cualquier otro; se conforma por 50 instituciones (Cruz y Cruz, 2008) distribuidas en los 31 Estados del territorio nacional registrando un total de 785,917 estudiantes en el ciclo escolar 2004 a 2005; el segundo, está constituido por 249 instituciones, de las cuales 114 son Institutos Tecnológicos federales, 129 Institutos Tecnológicos Descentralizados, cuatro Centros Regionales de Optimización y Desarrollo de Equipo (CRODE), un Centro Interdisciplinario de Investigación para el Desarrollo de la Educación Tecnológica (CIIDET) y un Centro Nacional de Investigación y Desarrollo Tecnológico (CENIDET). Estas instituciones, atienden a una población escolar de 387,414 estudiantes en licenciatura y posgrado en todo el territorio nacional, incluido el Distrito Federal (DGEST, 2011).

En el noroeste de México, las instituciones de educación superior datan de la segunda mitad del Siglo XX; en esta región la educación superior presenta dos cualidades: (1) la homogeneidad en sus actividades económicas y (2) un sistema de educación superior (SES) relativamente joven (Terán, 2007). Esta región integra a IPES de los estados de Baja California, Baja California Sur, Sonora, Sinaloa y Chihuahua

El ingreso de México al GATT (Acuerdo General sobre Tarifas Aranceles y Comercio) en junio de 1985, impulsó la transformación de la región noroeste del país, orientando su economía principalmente hacia la manufactura, lo cual influyó y condicionó la evolución de la educación. Las IPES enfrentaron, por un lado, una creciente demanda de ingreso, y por otro, la necesidad de creación de una nueva oferta educativa que atienda de forma adecuada las nuevas exigencias del contexto productivo. De esta manera, la región se especializó en manufactura y minería, lo cual confirma a estas actividades como las más importantes en cuanto al empleo que generan para la región (Piñeira, 2007).

La tendencia de la matrícula para estudios de licenciatura en cada estado, de entrada refleja las tendencias de la especialización económica de la región. Para Baja California y Baja California Sur, la matrícula se concentra en las áreas de ingeniería y tecnología; mientras que, para Sinaloa, Sonora y Chihuahua, el área de concentración de la matrícula es ciencias sociales y administración (Piñeira, 2007).

Transparencia

Dentro del contexto gubernamental, transparencia es el término utilizado para describir el hecho de que la administración pública informe a los ciudadanos qué está haciendo con los recursos que le son confiados, cómo lo está haciendo, y por qué lo está haciendo. La transparencia, como derecho a conocer el qué, el cómo y el por qué de las acciones del Estado, forma parte del derecho a la información, el cual está considerado como una garantía individual, complementaria a la libertad de expresión (Carrillo, 2006).

En el ámbito empresarial, transparencia se refiere a la apertura y flujo de información de las organizaciones al dominio de todo volviéndose accesible a los posibles actores interesados, permitiendo su revisión y análisis, así como la detección de posibles anomalías. Esta apertura y flujo, incluye cuestiones como la publicación de cuentas y presupuestos auditados, estadísticas financieras, comerciales y monetarias, entre otras (Puentes, 2007).

Desde la perspectiva organizacional, aun cuando no es práctica su implementación, la transparencia es positiva para el desempeño de las organizaciones puesto con ella se incrementa la eficacia de las organizaciones públicas. Su presencia ayuda a que los responsables de la gestión no desvíen su comportamiento de los intereses y objetivos de la organización; convirtiéndose en un mecanismo facilitador del funcionamiento organizacional (Vergara, 2005).

La transparencia es un procedimiento que, apoyado en el Internet permite el acceso a la información de una manera expedita, automática y económica sin que medie de la interacción entre los burócratas y los ciudadanos (Alatorre, 2006).

En México, el estudio de la transparencia y rendición de cuentas es muy reciente. Sin embargo, históricamente, la necesidad de acotar y supervisar el poder ha sido un problema planteado por cerca de doscientos años en el Congreso constituyente, pero no fue sino hasta 1977 cuando el derecho a la información se incorporó en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos al reformarse diversas disposiciones, consagrándose como principio constitucional en el artículo 6º, en donde se propone que el Estado deberá garantizar el Derecho a la Información; ahí se establece la obligación que tiene el Estado de informar de los asuntos públicos (Carrillo, 2006).

La intención de modificar este precepto fue establecer el derecho a la información como un derecho social, a fin transparentar la operación del gobierno y permitir conocerla y realizar una evaluación eficaz y garantizar que la sociedad en conjunto tuviese el derecho a que los medios de comunicación social, fueran igualmente objetivos, transparentes y responsables de la información que proporcionaran (Carrillo, 2006).

Ya incorporado el derecho a la información en la Constitución, transcurrieron casi tres décadas hasta que se elaboró la Ley reglamentaria correspondiente: la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (LFTAIPG) fue publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF) en junio del 2002, su finalidad consiste en proveer lo necesario para garantizar el acceso de toda persona a la información en posesión de entidad federal. (LFTAIPG, art. 1).

En términos generales, los objetivos más importantes de esta Ley consisten en transparentar la gestión pública mediante la difusión de la información que generan los sujetos obligados, favorecer la rendición de cuentas de los ciudadanos de manera que puedan valorar el desempeño de los sujetos obligados, proveer lo necesario para que toda persona pueda tener acceso a la información mediante procedimientos sencillos y contribuir con la democratización de la sociedad mexicana (Adam y Becerril, 2008). Esta Ley establece los mecanismos de acceso a la información a través de las unidades de enlace y los comités de información.

De acuerdo con la LFTAIPG son sujetos obligados del cumplimiento de esta Ley, el Poder Ejecutivo Federal, la Administración Pública Federal y la Procuraduría General de la República; el Poder Legislativo Federal, integrado por la Cámara de Diputados, la Cámara de Senadores, la Comisión Permanente y cualquiera de sus órganos; el Poder Judicial de la Federación y el Consejo de la Judicatura Federal; los órganos constitucionales autónomos; los tribunales administrativos federales, y cualquier otro órgano federal (Artículo 3, fracción XIV de la LFTAIPG).

En este sentido, no solo las Instituciones Públicas de Educación Superior (universidades y tecnológicos), de carácter federal, al ser financiadas con recursos provenientes del erario son sujetos obligados a la transparencia y rendición de cuentas, también las IPES de carácter estatal cuyas entidades federativas ya emitieron una Ley Estatal semejante, tienen la obligatoriedad de cumplirla (Alcántar y Guillén, 2006). Por esta razón, deben difundir las obligaciones de transparencia estipuladas en el Capítulo 2, Artículo 7º de la LFTAIPG en el cual se establece que “con excepción de la información reservada o confidencial, prevista en esta ley los sujetos obligados deberán poner a disposición del público y actualizar, en los términos del reglamento y los lineamientos que expida el instituto o la instancia equivalente a que se refiere el Art. 61”.

Las obligaciones de transparencia contenidas en el Artículo 7º de la LFTAIPG indican que los sujetos obligados deben poner a disposición del público la siguiente información: estructura orgánica, directorio de servidores públicos, sistema de remuneraciones, domicilio de la unidad de enlace, servicios que se ofrecen, trámites, requisitos y formatos, información sobre el presupuesto asignado, resultado de las auditorías al ejercicio presupuestal, concesiones, permisos o autorizaciones otorgadas, contrataciones celebradas, marco normativo, informes que generen, entre otras cosas. Esta información deberá estar a disposición del público a través de medios remotos o locales de comunicación electrónica (Artículo 9º de la LFTAIPG). Además, a efecto de recabar y difundir la información a que se refiere dicho artículo, la propia legislación establece en el artículo 28º el funcionamiento de un organismo encargado de esta actividad al cual se le ha denominado Unidad de Enlace (UdE).

Afortunadamente, las IPES han mostrado buena disposición para difundir, a través de sus portales de transparencia y por conducto de la Unidad de Enlace, la información descrita como obligaciones de transparencia. De hecho, aun cuando no son abundantes, en la literatura especializada existen algunas investigaciones empíricas que abordan la información puesta a disposición de los usuarios a través de la página Web con la intención de ofrecer una imagen transparente de su gestión.

Poco después de publicada la LFTAIPG y su Reglamento, una asociación civil denominada Libertad de Información México realizó un monitoreo tendiente a identificar: 1) las vías de difusión por la cual las universidades hacen públicas las obligaciones de transparencia establecidas en el artículo 7º de la LFTAIPG y 2) cuáles son las universidades públicas que conocen la ley y si cuentan con oficina encargada de implementarla. Este estudio se efectuó en noviembre de 2003 y en marzo de 2004 utilizando una población de 324 instituciones; Los resultados mostraron que en ese momento, de las 213 universidades públicas que conocen la Ley, 181 ya tienen un departamento encargado de aplicar y difundir la información que exige la LFTAIPG. Además de esas mismas 213 universidades, 22 no difunden la información relacionada con el artículo 7º por ninguna de las vías, 121 lo hacen por medios impresos, 145 por internet y el resto por otros medios (Luna, et al., 2004).

En el 2009 se publica el estudio que aRegional.com realizó en IPES mexicanas. La finalidad de este estudio fue desarrollar un índice (ITAIUP) que permitiera valorar los esfuerzos que las instituciones de educación superior por transparentar la información pública a través de sus páginas electrónicas. Esta medición considera cinco aspectos fundamentales: información financiera, información académico-administrativa, información institucional, información jurídica y acceso a información adicional.

Otros trabajos previos que abordan el tema de la transparencia son las investigaciones de Alcázar y Andrade, 1999; Martín, 2006; Oviedo, Brea y Duarte, 2007; aRegional.com, 2009 y Sandoval, 2009; entre otros, los cuales tienen un enfoque no enteramente coincidente con el presente estudio. En esta investigación se trabajarán tres variables: Facilidad de acceso a la información, Información referida a la rendición de cuentas y Características de la información (Ver Tabla 1).

Tabla 1: Definiciones Conceptuales y Operacionales

VARIABLE	Definiciones	
	Conceptual	Operacional
Facilidad de acceso a la información	Es derecho fundamental por medio del cual toda persona puede tener conocimiento de la información de cualquier entidad, independientemente si la información se encuentra en papel o soporte digital (Haf, 2006).	Se refiere a la facilidad con la cual se localiza la información solicitada en el portal de Transparencia de las IPES y se medirá a través de número de pulsaciones del ratón (mouse) que se necesiten para localizarla.
Información referida a la rendición de cuentas	Es la información a difundir por medios telemáticos en relación con el ejercicio de la rendición de cuentas, exigida por la LFTAIPG (Rivero, Mora y Flores, 2007).	Se refiere a la información de las IPES que fue elaborada con el objeto de dar constancia del buen manejo de los recursos y se medirá a través de la facilidad con que se localice el documento (número de pulsaciones del ratón que se necesiten para localizarla).
Características de la información	Son las cualidades que debe contener la información aportada por la institución en su página web (Hernandez, Jimenez y De Hoyos, 2008).	Se refiere al hecho de que la información presentada por las IES en su página web debe caracterizarse por su exhaustividad, relevancia y actualidad; se medirá a través de indicación explícita en la página web.

En esta tabla se describen las definiciones conceptuales y operacionales de las variables de estudio. Fuente: Elaboración propia

METODOLOGÍA

Con la finalidad de alcanzar el objetivo propuesto se realizó un estudio transversal con diseño no experimental, identificado como descriptivo porque pretende describir la pertinencia de la información (agenda estadística y rendición de cuentas) del portal de transparencia de las IPES (Hernández et al., 2006). Las variables y dimensiones analizadas en esta investigación se describen en las Tablas 2 y 3.

Tabla 2: Operacionalización de la variable Facilidad de Acceso a la Información

Variable	Dimensiones	Indicadores
Facilidad De Acceso A La Información	Visibilidad de la página Web	1. Entrada a la página
		2. Idioma
		3. Mapa del Sitio
		4. Buscador interno
		5. Autoría de la página
	Identidad de las IESP	6. Estructura orgánica
		7. Directorio de funcionarios
		8. Plan de Desarrollo Institucional
		9. Oferta educativa
	Remuneraciones	10. Tabuladores mensuales de los sueldos de funcionarios y empleados
		11. Constitución de la unidad de enlace
	Actividades de la unidad de enlace (UE)	12. Costo de la información
		13. Domicilio de la UE
	Documentación complementaria	14. Informes de gestión rectoral, presupuestos y auditoría

Esta tabla describe las dimensiones y los indicadores utilizados para medir la Facilidad de Acceso a la Información. Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Operacionalización de la Variable Información Referida a la Rendición de Cuentas y Características de la Información

Variable	Dimensiones	Indicadores
Información Referida A La Rendición De Cuentas	Información no Financiera	15. Contrataciones
	Información Financiera	16. Estados Financieros
Características De La Información	Cobertura	17. Contenido informativo de la documentación
	Autoría	18. Responsable de presentar la información
	Actualización	19. Actualización de la información

Esta tabla describe las dimensiones y los indicadores utilizados para medir la Información referida a la Rendición de Cuentas y Características de la información. Fuente: Elaboración propia

La población objeto de estudio se ha acotado a las IPES reportadas en dos directorios; el directorio de la Dirección General de Educación Superior Tecnológica que sirvió como guía para elegir a los tecnológicos ubicados en la región noroeste y el directorio nacional de Instituciones de Educación Superior de la ANUIES. Como resultado del análisis de ambos directorios, la población quedó integrada por 45 universidades y tecnológicos de tipo público afiliadas a la región noroeste. Una vez delimitada la población, se determinó el tamaño de la muestra aplicando la fórmula para población finita con un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 5% resultando 21 instituciones.

La recolección de los datos se llevo a cabo en el periodo mayo a octubre de 2010 y la muestra se integró por las IPES de la región noroeste de México que incluye los estados de Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Sinaloa y Sonora, ver Tabla 4.

Tabla 4: Información Demográfica de la Muestra

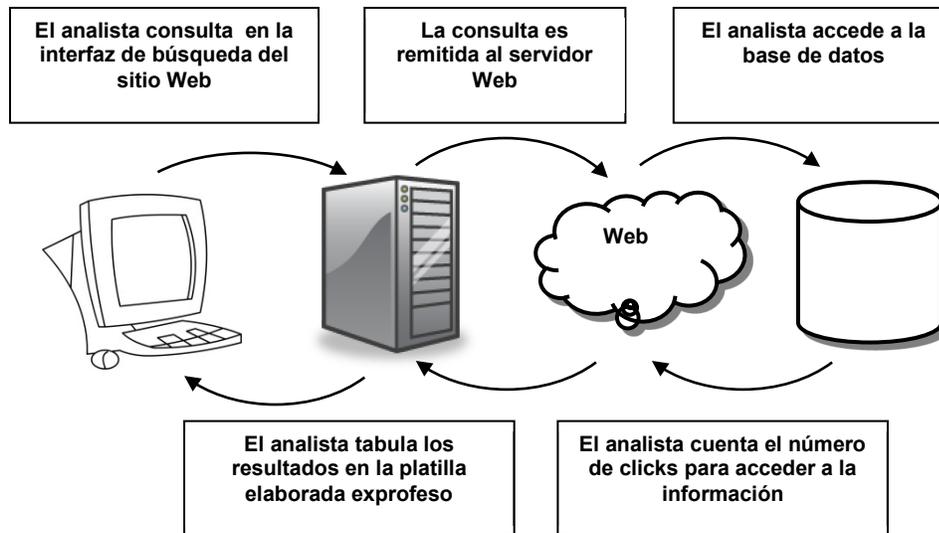
Estado	Tipo	Nombre De La Ies	Dirección Electrónica
Baja California	T	Instituto Tecnológico de Mexicali (Itmexicali)	http://www.itmexicali.edu.mx/
	T	Instituto Tecnológico de Tijuana (Itt)	http://www.tectijuana.mx/
	U	Universidad Autónoma de Baja California	http://www.uabc.mx/
Baja California Sur	T	Instituto Tecnológico de La Paz (ITLa Paz)	http://www.itlp.edu.mx/
	U	Universidad Autónoma de Baja California Sur	http://www.uabcs.mx/
Chihuahua	T	Instituto Tecnológico de Chihuahua (ITCH)	http://www.itch.edu.mx/
	T	Instituto Tecnológico de Chihuahua II (ITCH II)	http://www.itchihuahuaaii.edu.mx/
	T	Instituto Tecnológico De Ciudad Juárez (ITCJ)	http://www.itcj.mx/
	T	Instituto Tecnológico de Delicias	http://www.itdelicias.edu.mx/
	T	Instituto Tecnológico de Parral (ITParral)	http://www.itdelicias.edu.mx/
	U	Universidad Autónoma de Chihuahua (UACH)	http://www.uach.mx/
Sinaloa	U	Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ)	http://www.uacj.mx/Paginas/UACJ.aspx
	T	Instituto Tecnológico de Culiacán (ITCuliacán)	http://www.itculiacan.edu.mx/
	T	Instituto Tecnológico de los Mochis (ITLM)	http://www.itmochis.edu.mx/
	U	Universidad Autónoma de Sinaloa (UAS)	http://www.uasnet.mx/web/
Sonora	U	Universidad de Occidente (UDO)	http://www.udo.mx
	T	Instituto Tecnológico de Hermosillo (ITH)	http://www.ith.mx/
	T	Instituto Tecnológico de Nogales (ITN)	http://www.itnogales.edu.mx/
	U	Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON)	http://www.itson.mx/
	T	Instituto Tecnológico Superior de Cajeme	http://www.itesca.edu.mx/
	U	Universidad de Sonora (UNISON)	http://www.uson.mx/

En esta tabla se describe la composición de la muestra en cuanto a ubicación geográfica y tipo de subsistema. El 61.9% (13 de las IPES) son tecnológicos mientras que el 38.1% (8) son universidades. T=Tecnológico y U=Universidad. Fuente: Elaboración propia

La ayuda metodológica para la consecución del objetivo se basa en el análisis de contenido. Según Martínez et al. (2008) es “una técnica que obtiene datos mediante la observación sistemática y descripción cuantitativa del contenido manifiesto en comunicaciones escritas...” (p. 125); la técnica implica tanto el análisis sistemático como la observación para identificar el contenido específico y características de la información. Para llevar a cabo el análisis se construyó una plantilla que utiliza como soporte y fundamento las obligaciones de transparencia estipuladas en la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (LFTAIPG).

El contenido de este instrumento fue validado por expertos y para determinar la validez de construcción lógica del instrumento se procedió a la realización de un análisis factorial exploratorio. Como producto de lo anterior quedaron 39 reactivos; veintiséis de ellos se midieron con la escala de Likert en dos modalidades; la primera: no acceso, más de 5 click, 4 click, 3-2 click, 1 click; y la segunda: no se describe, más de 12 meses atrás, de 7 a 11 meses, de 2 a 6 meses, y del mes en curso. Respecto a la primera modalidad, se consideró como un click la acción de presionar una sola vez el botón del ratón (mouse); cada inicio de búsqueda de información (nuevo ítem) se parte de la página principal.

Figura 1: Búsqueda en el Portal de Transparencia de las IPES



En esta figura se ilustra el esquema que muestra el proceso de la búsqueda en el sitio Web de las IPES.

En esta investigación, la fiabilidad del instrumento se calculó a través del alfa de Cronbach para los 26 ítems resultando 0.953, lo cual indica que el instrumento es válido, es decir, los resultados obtenidos son confiables para inferir a partir de ellos (Agresti y Finlay, 1986).

Para el tratamiento estadístico de la información se utilizó el paquete *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS)[®] para obtener frecuencias, estadísticos descriptivos, la fiabilidad del instrumento y pruebas no paramétricas. Para determinar el nivel de transparencia de las páginas Web de las IPES se empleó el baremo de intensidad (Barraza, 2008) mostrado en la Tabla 5; este baremo se construyó en función del número de ítems medidos en escala ordinal de la plantilla, en donde cada pregunta tiene cinco alternativas (0 al 4) y considerando que solo existe una alternativa de respuesta para cada ítem.

Tabla 5: Baremo de Intensidad para la Determinación del Nivel de Transparencia

Rango		Nivel
0	→	Muy bajo
27	→	Bajo
53	→	Alto
79	→	Muy alto

La plantilla se integró por 26 ítems, en donde cada ítem tiene 5 alternativas (0 al 4) de respuesta (Likert), cada respondiente debe seleccionar sólo una respuesta para cada ítem, por tanto el valor máximo por cuestionario es 104, con base en esto, se establecieron los intervalos de puntuaciones indicados en este baremo, haciendo una partición equitativa de dicho rango.

RESULTADOS

Nivel de Transparencia de las IPES

El nivel de transparencia se determinó comparando el puntaje obtenido por las IPES contra el baremo de intensidad (Tabla 5) construido para tal fin. El análisis reveló que el promedio de puntaje en esta evaluación fue de 19.42 un nivel muy bajo; únicamente el 38% de las IPES se encuentra arriba de esta media. Respecto al subsistema universidades, la página Web mejor evaluada fue la del Instituto Tecnológico de Sonora (su Ley Orgánica lo define como un organismo público descentralizado de carácter universitario, de personalidad jurídica y patrimonios propios) con 68.0 puntos y la que obtuvo la evaluación más baja fue la Universidad de Baja California Sur con 15.0 puntos. Del subsistema tecnológicos, el mejor evaluado fue el Instituto Tecnológico de Cajeme con 31.0 puntos y quien obtuvo la evaluación más baja fue el Instituto Tecnológico de Tijuana con solo 4.0 puntos. De acuerdo a la comparación entre los resultados y el baremo de intensidad establecido para la determinación del nivel de transparencia se detectó que:

1. El 71.4% de las páginas Web de las IPES muestra un nivel de transparencia muy bajo
2. El 23.8% de las páginas Web de las IPES muestra un nivel de transparencia bajo, y
3. El 4.76%, que corresponde a un solo caso, de las páginas Web de las IPES muestra un nivel de transparencia alto.

Del análisis de estos puntajes puede destacarse que la calidad de los portales de transparencia de las páginas Web de las IPES (universidades y tecnológicos) está muy polarizada. Esta falta de calidad refleja la poca o nula transparencia de la información presentada. En términos generales, estos resultados muestran que, aún cuando las IPES están expuestas a cumplir con las obligaciones en materia de transparencia y rendición de cuentas, su cumplimiento es incipiente y por tanto, a un nivel muy bajo de acuerdo a lo establecido en el baremo. Sobre este punto, es necesario reconocer que las universidades presentan un mejor nivel de transparencia en sus páginas Web con respecto a los institutos tecnológicos.

Antes de pasar a la determinación de las diferencias entre la variable (Transparencia) y el subsistema al cual pertenecen, se comprobó el cumplimiento de los requisitos para la aplicación de las pruebas paramétricas, recurriendo para ello a la identificación de la normalidad de los datos a través de la aplicación de la prueba de Shapiro-Wilk.

La hipótesis estadística (Ho) fue “la transparencia de las IPES puede modelarse con una distribución normal”. La Tabla 4 muestra que el nivel p para la prueba de Shapiro-Wilk es significativo (esto es, $p < 0.05$) por tanto se rechaza la hipótesis (Alea, et al., 2005). De manera que, la variable transparencia no puede modelarse con una distribución normal.

Tabla 4: Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Grados de Libertad	*Sig.	Estadístico	Grados de Libertad	*Sig.
Transparencia	.222	21	.008	.829	21	.002

*La tabla muestra que el valor p asociado al estadístico .829 es significativo lo cual indica que los datos no siguen una distribución normal, por tanto es preciso utilizar una prueba no paramétrica para encontrar diferencias en la Transparencia de los subsistemas. a=Corrección de la significación de Lilliefors. *=Nivel de significancia.*

Como no es posible asumir la normalidad de la variable transparencia, entonces para determinar las diferencias entre la variable transparencia y el subsistema al cual pertenecen se aplicó la prueba no paramétrica de Kruskal-Wallis para muestras independientes, utilizando como factor de contrastación al subsistema al cual pertenecen las IPES. Se seleccionó esta prueba considerando que los datos de la población provienen de IPES son diferentes; esto es, la transparencia está asociada a una IPES y ésta puede ser una universidad o un tecnológico.

Determinación de Diferencias Entre el Subsistema al Cual Pertenecen las IPES y la Transparencia de sus Páginas Web

Como previo fueron determinados los indicadores estadísticos; la Tabla 5 muestra para cada subsistema: el número de casos, media, mediana, rangos medios, limite inferior y superior así como los mínimos y máximos. Ahí puede apreciarse que la mediana más alta (32.0) le corresponde al grupo de las universidades, mientras que, la más baja (7.0) al grupo de los tecnológicos.

Tabla 5: Estadísticos Descriptivos de la Transparencia por Subsistema

Subsistema	N	Media (μ)	Mediana (Md)	Rango Medio	95% Intervalo de Confianza de la Media		Mín.	Máx.
					Limite Inferior	Limite Superior		
Universidad	8	35.0	32.0	19.5	20.5	49.4	15	71
Tecnológico	13	10.0	7.0	4.5	5.6	14.31	4	31

En esta tabla muestra las medias, medianas y los intervalos de confianza de las IPES considerando que unas pertenecen al subsistema universidades y las otras al subsistema tecnológicos. Aquí se observa que la media más alta corresponde al subsistema universidades. Asimismo el máximo corresponde a las universidades mientras que el mínimo a los tecnológicos.

A fin de verificar si esas diferencias son estadísticamente significativas, se aplicó una prueba de Kruskal-Wallis para muestras independientes cuyos resultados se ilustran en la Tabla 6; ahí se muestra que la Chi-cuadrada ($\chi^2=11.871$) tiene un valor p asociado de 0.001 la cual es menor que el umbral de significancia establecido (0.05), por tanto, se comprueba la existencia de diferencias significativas en la transparencia de las páginas Web entre universidades y tecnológicos.

Tabla 6: Prueba de Kruskal-Wallis^a/Transparencia por subsistema

Transparencia	
Chi-cuadrada (χ^2)	11.871
Grados de libertad	1
Nivel de Significancia (bilateral)	.001

En esta prueba se utilizó como variable de grupo al Subsistema al cual pertenecen las IPES. Esta tabla puede observarse que el valor de Chi cuadrada está asociado a un valor p de 0.001 lo cual representa una diferencia significativa en la transparencia de las universidades y los tecnológicos.

CONCLUSIONES

El propósito de este estudio consistió en describir, bajo el enfoque de la ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (LFTAIPG), si el subsistema de las IPES tiene algún impacto en la información publicada en el portal de transparencia de las páginas Web de estas instituciones. Con base en los resultados obtenidos, se concluye que existen diferencias estadísticamente significativas en la transparencia de las páginas Web de las universidades y tecnológicos, es decir, aún

cuando las universidades y tecnológicos pertenecen al sistema nacional de educación superior y ambas son instituciones públicas; la transparencia de sus páginas Web es diferente.

Otra conclusión que emana de los hallazgo es que, a pesar de que ambas IPES están expuestas a cumplir con las obligaciones en materia de transparencia y rendición de cuentas, su cumplimiento es incipiente y por tanto, a un nivel muy bajo; sobre este punto, las universidades presentan un mejor nivel de transparencia en sus páginas Web con respecto a los institutos tecnológicos.

Sin duda, esta situación es un hecho preocupante porque ambos subsistemas son instituciones públicas y, en consecuencia, deberían cumplir con la normatividad aplicable; este hallazgo puede entenderse como derivado la cultura organizacional de los institutos tecnológicos pues éstos, de acuerdo a García (2005), son instituciones cuya principal característica es el relativo aislamiento del mundo exterior. Esto se traduce en indiferencia, entendiéndose por ello, la falta de responsabilidad hacia la comunidad.

El hecho en sí, puede calificarse de anómalo ya que más allá de las obligaciones legales en cuanto a acceso a la información, la transparencia al igual que la cultura de rendición de cuentas en las IPES son apremiantes dado que se ha comprobado que una mayor transparencia institucional tiene efectos positivos en la eficiencia del gasto, al reducir el uso inadecuado de los recursos públicos (aRegional.com, 2009).

Los resultados de la investigación permite concluir que el grado de transparencia de estas instituciones, mostrado en sus páginas Web, es incipiente; por lo cual es recomendable que la autoridad correspondiente de cada IPES gestionen los cambios necesarios en sus páginas web, para hacer fácil y expedito el acceso a la información y en consecuencia éstas se convertirán en un medio para informar a su comunidad y sociedad en general, sobre las actividades que se desarrollan dentro de sus claustros así como los proyectos de crecimiento y otra información que se considere pertinente.

La aportación de esta investigación es la construcción de un instrumento de medición que utiliza como soporte y fundamento las obligaciones de transparencia estipuladas en la normatividad, que puede ser empleado por los responsables del subsistema de educación superior para mejorar la transparencia de este tipo de instituciones. También, los resultados del presente estudio contribuyen a lograr un cuerpo teórico básico respecto a la transparencia de las páginas Web de las universidades y tecnológicos pertenecientes al subsistema de educación superior.

Respecto a las limitaciones del estudio, debe tenerse en cuenta que los resultados del trabajo corresponden específicamente a instituciones públicas de un sector muy particular, la educación superior en México; por tanto, cualquier generalización deberá realizarse en este ámbito pero no al resto de las instituciones puesto que el diseño de la investigación fue precisamente para ese sector.

Finalmente, es recomendable dirigir futuras investigaciones en profundizar sobre el estudio de la variable características de la información, ya que en la presente investigación se indagó únicamente sobre la actualización de cuatro documentos; faltando por analizar información relativa a la actualidad de la estructura orgánica, el directorio de funcionarios, las remuneraciones, los contratos de obra, de bienes y servicios, la oferta educativa, entre otros.

ANEXOS

Anexo 1: Plantilla De Análisis De Contenido

Folio: _____

Datos de la Institución Pública de Educación Superior

Nombre:

Ubicación:

Dirección Electrónica:

Clasificación:	Subsistema	Estado
[]	A. Universidad	[] A. Baja California
[]	B. Tecnológico	[] B. Baja California Sur
[]	C. Educación Normal	[] C. Chihuahua
		[] D. Sonora
		[] E. Sinaloa

FACILIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN

Visibilidad de la página Web		No acceso	≥5 click	4 click	2-3 click	1 click	
Facilidad de acceso							[] 01
Está diseñado en más de un idioma	Si 1						[] 02
	No 2						
	Si su respuesta es sí, en cual (es):						
Existe un mapa del sitio para facilitar la navegación por la página web	Si 1						[] 03
	No 2						
Contiene un buscador interno	Si 1						[] 04
	No 2						
Autoría de la página es	Interno a la IES 1						[] 05
	Subcontratado 2						
Identidad de las IES		No acceso	≥5 click	4 click	2-3 click	1 click	
Estructura orgánica de la institución							[] 06
Dirección de los funcionarios (desde el Rector hasta los Jefes de Departamento)							[] 09
Plan de Desarrollo Institucional	Si 1						[] 10
	No 2						
Oferta Educativa	Si 1						[] 11
	No 2						
Remuneraciones		No acceso	≥5 click	4 click	2-3 click	1 click	
Remuneración mensual por puesto							[] 12
Sistema de compensación de los funcionarios							[] 13
Remuneración mensual de empleados de confianza							[] 14
Actividades de la Unidad de Enlace (UE)							
Se encuentra claramente constituida la Unidad de Enlace encargada de recabar y difundir la información de la institución	Si 1						[] 15
	No 2						
Descripción del costo por proporcionar la información	Si 1						[] 17
	No 2						
	Si su respuesta es sí, diga cuál es el costo:						
Aparece el domicilio de la UE	Si 1						[] 18
	No 2						

Documentación Complementaria		No acceso	≥5 click	4 click	2-3 click	1 click	
Contratos de obra							[] 19
Monto de los contratos de obra							[] 22
Informe sobre la gestión rectoral							[] 33
Presupuesto de ingresos del año en curso							[] 34
Presupuesto de egresos del año en curso							[] 35
Auditorías externas							[] 39

INFORMACIÓN REFERIDA A RENDICIÓN DE CUENTAS

Información no Financiera		No acceso	≥5 click	4 click	2-3 click	1 click	
Contratos de bienes adquiridos y arrendados							[] 20
Contratos de servicios							[] 21
Monto de los contratos de bienes adquiridos y arrendados							[] 23
Monto de los contratos de servicios							[] 24
Nombre de los proveedores con quienes se hayan efectuado los contratos							[] 25
Información Financiera							
Estados Financieros							[] 26

Información financiera de años anteriores	[]	27
Notas a los Estados Financieros (Información complementaria)	[]	28

CARACTERISTICAS DE LA INFORMACIÓN

Cobertura					
La información contenida en los Estados Financieros se encuentra dictaminada, por:	[]	A.	Despacho de Auditoría Externa	[]	41
	[]	B.	Consejo Universitario		
	[]	C.	Rector		
	[]	D.	Ninguna autoridad		
El informe sobre obra, presenta:	[]	A.	Nombre de la obra	[]	42
	[]	B.	Objeto de la obra		
	[]	C.	Dependencia beneficiaria		
	[]	D.	Inicio y termino de la obra		
El informe sobre servicios, presenta:	[]	A.	Nombre del servicio	[]	43
	[]	B.	Nombre del prestador		
	[]	C.	Dependencia beneficiaria		
	[]	D.	Inicio y terminación del servicio		
Los Informes de las auditorías que se reportan son:	[]	A.	Únicamente resumen ejecutivo	[]	44
	[]	B.	Únicamente por rubro		
	[]	C.	Integrales		
	[]	D.	Al desempeño		
Autoría					
Facilidad para localizar a la persona responsable de presentar la información financiera	No existe	≥5 click	4 click	2-3 click	1 click
Facilidad para localizar a la persona responsable de proporcionar la información de los datos de las auditorías externas					
					[] 29
					[] 40
Actualización					
	No se describe	≥ 12 meses atrás	7 a 11 meses atrás	2 a 6 meses atrás	Mes en curso
Fecha de actualización de la información de los Estados Financieros					[] 45
Fecha de actualización de la información de los presupuestos					[] 46
Fecha de actualización de la página en donde se encuentra la información de las auditorías					[] 47
Fecha en la que se actualiza (o actualizó) la página en donde se localiza el informe de la gestión rectoral					[] 51

REFERENCIAS

Adam, A. y Becerril, G. (2008). Auditoría al Desempeño, 1ª Ed., México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos

Agresti, A., y Finlay, B. (1986). *Statistical Methods for the Social Sciences*. Riverside, New Jersey: Dellen Publishing

Alatorre, J. (2006). El papel de la transparencia y la rendición de cuentas en la consolidación democrática, Acta Republicana Política y Sociedad, Año 5, Núm. 5, pp. 89-93

Alcántar, V.M. y Guillén, A.M. (2006, mayo). *Acciones Institucionales en torno a la Transparencia y Rendición de cuentas de la Universidad Autónoma de Baja California*. Ponencia presentada en el X Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas A.C. San Luis Potosí, SLP, México

Alcázar, L. y Andrade, R. (1999). *Transparencia y Rendición de Cuentas en los hospitales públicos de América Latina: Caso peruano*, Banco Interamericano de Desarrollo (Ed.). Disponible en: <http://www.iadb.org/res/publications/pubfiles/pubR-383.pdf>

Alea, V., Guillén, M., Muñoz, C., Maqueda, I., Torreles, E. y Viladomiu, N. (2005). *Manual de SPSS*, Capítulo 5-6, Material didáctico de la Universidad de Barcelona, Recuperado en noviembre de 2010 de: http://www.ub.edu/aplica_infor/spss/cap5-6.htm

aRegional.com (2009). Índice de Transparencia y Acceso a la Información de Universidades Públicas, 2009, Resumen Ejecutivo, consultado en: <http://transparencia.uasnet.mx/documentos/ITAIUP.pdf>

Arzate, J. y Romero, J. (2007). *Diversificación, crecimiento y desigualdad de la educación superior: La dimensión relativa de la universidad pública en México* [versión electrónica], *Tiempo de educar* 8(16), 277-303.

Barraza, A. (2008). *Compromiso Organizacional de los docentes: Un estudio exploratorio*, *Avances en Supervisión Educativa*, [versión electrónica], *Revista de la Asociación de Inspectores en Educación en España* (8).

Carrillo, A. (2006, noviembre). *Importancia de la transparencia en la gobernabilidad democrática*. Ponencia presentada en el XI Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Panel “Estado, transparencia y gobernabilidad democrática” Ciudad de Guatemala, Guatemala.

Cruz, Y. y Cruz, A. (2008). *La Educación Superior en México. Tendencias y desafíos*. [versión electrónica], *Aviação. Revista da Avaliação da Educação Superior*, 13, 293-311.

Dirección General de Educación Superior y Tecnológica (DGEST) (2011). Breve Historia de los Institutos Tecnológicos de México, Consultado en enero de 2011 en: <http://www.dgit.gob.mx/informacion/sistema-nacional-de-educacion-superior-tecnologica>

García, J. (2005). *Evolución histórico-social y cultura organizacional del sistema nacional de institutos tecnológicos en México*, [versión electrónica], *Revista Iberoamericana de Educación*, (35/7)

Haf, S. (2006). Acceso a la información pública y periodismo en México, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, consultado en: www.c3fes.net

Hernández, R., Fernández, C y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*, Tercera Edición, México: McGrawHill Interamericana Editores, SA de CV

Hernández, B., Jiménez, J. y De Hoyos, J. (2008). *Calidad de la información web en la banca electrónica*. Disponible en: http://www.esceap.eu/conferences/marketing/2008_cp/Materiali/Paper/Fr/HernandezOrtega_JimenezMartinez_MartinDeHoyos.pdf

Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental. (LFTAIPG) Poder Ejecutivo Federal. México, DF. Diario Oficial de la Federación, junio de 2002

López, R. (2005). *Plan de Trabajo 2005-2009 de la ANUIES*. Disponible en: http://anuies-noroeste.uach.mx/pdf/plan_trabajo_2005-2009.pdf

Luna, I., Robles, M. y Pacheco, C. (2004). *Obligaciones de transparencia de las Instituciones de Educación Superior Públicas*; México: Libertad de Información-México, AC. Consultado en enero de 2011 en: <http://info.worldbank.org/etools/docs/library/211225/Monitoreo%20Universidades.pdf>

Mahoney, (2001). *Managing external relations*. En Albrighton, F. y Thomas., J. (Eds.). Philadelphia:Open University Press.

Martin, E. (2006). *La Rendición de Cuentas en las universidades públicas españolas: un análisis de la información revelada en los estados financieros*, [versión electrónica] *Presupuesto y gasto público*, Vol. 43, 39-62.

Martínez, M., Saco, M., Fernández, R. (2008). *Estudio comparativo de los supermercados online españoles. Análisis de contenido de los sitios web*, [versión electrónica] *EsicMarket*, 131, 121-145.

Oviedo, J., Brea, R. y Duarte, I. (2007). Índice de Transparencia de Entidades Públicas, Participación Ciudadana, consultado en:
http://www.pciudadana.com/proyectos/transparencia/download/08292007_IT2007/08292007_Resultado_IT2007.pdf

Pardo, H. (2006). *Pautas hacia un modelo de aplicación web institucional universitaria. El caso de los webcom: sitios de facultades de comunicación de Iberoamérica*, [versión electrónica], *Revista Zer*, 21, 139-160

Piñera, D. (2007), Los primeros cincuenta años de educación superior en Baja California, 1957-2007, México, Miguel Ángel Porrúa-UABC.

Puentes, P. (2007). *Transparencia en la gestión ética del sector empresarial. El papel del líder*, [versión electrónica], *Revista Futuros V (19)*. Disponible en: <http://www.revistafuturos.info>

Rivero, J., Mora, L. y Flores, S. (2007). Un estudio de la rendición de cuentas a través del e-gobierno en la administración local española, Empresa local y mercados globales: XXI Congreso Anual AEDEM, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, 6, 7 y 8 de junio de 2007. Ponencias Vol. 1, p.76

Sandoval, R. (2009). Reporte: Medición de Portales de Transparencia Mexicanos, Universidad Autónoma del Estado de México, consultado en:
<http://www.mejoraturgobierno.org/files/ReportePortalesdeTransparencia2009.pdf>

Secretaría de Educación Pública (SEP) (2003). Informe Nacional sobre Educación Superior en México [en línea] Disponible en:
http://www.bies.planeacion.unam.mx/html/educacion/estudios/Informe_Nacional_Mexico.pdf

Terán, L. (2007). Procesos de capitalización de la educación superior, Octavo Congreso Nacional y Cuarto Congreso Internacional de la red de investigación y docencia sobre innovación tecnológica, Culiacán Sinaloa del 17 al 20 de abril

Vergara, R. (2005). *La transparencia como problema*, (1ª Ed.). México: Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI)

BIOGRAFÍA

Dra. Sonia Elizabeth Maldonado-Radillo , Académico y Jefe del Departamento de Auditoría Interna de la UABC. Correo electrónico: sonia.maldonado@uabc.edu.mx

Dr. Víctor Manuel Alcántar Enríquez, Académico y Tesorero de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC). Correo electrónico: valcanta@uabc.edu.mx

Dra. Blanca Rosa García Rivera, Académico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) Correo electrónico: blanca_garcia@uabc.edu.mx

Dra. María Concepción Ramírez Barón, Académico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) Correo electrónico: cony@uabc.edu.mx

¿LAS COMPETENCIAS DE LOS COORDINADORES IMPACTA LA ACREDITACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE POSGRADO?

Abraham Vásquez Cruz, Universidad Veracruzana
Teresa García López, Universidad Veracruzana
Milagros Cano Flores, Universidad Veracruzana

RESUMEN

En México, la calidad de los programas de posgrado se reconoce cuando forman parte del Programa Nacional de Posgrados de Calidad, del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. En este documento, se presentan los resultados de un estudio en el que se identifican las competencias de los Coordinadores de los Programas de Posgrado que impactan en la certificación de la calidad del programa que coordinan. El ámbito de estudio fue la Universidad Veracruzana, institución educativa que impulsa la evaluación y acreditación de los programas educativos, como estrategia para asegurar y mejorar la calidad de las funciones de docencia, investigación, difusión cultural, vinculación y extensión universitaria. Así mismo, se consideraron como competencias a evaluar, algunas de las señaladas en el Modelo de Martha Alicia Alles y las que señalan los documentos oficiales de dicha universidad. Se diseñó y aplicó un cuestionario que permitió identificar las competencias de los Coordinadores de Posgrados a través de comportamientos observables por parte de estudiantes, docentes, personal administrativo y directores de programas de posgrado pertenecientes al Programa Nacional de Posgrados de Calidad y de los que aún no ingresan a dicho programa. El análisis de la información se realizó mediante figuras, tablas cruzadas y Chi².

PALABRAS CLAVE: Capital Humano, Educación, Competencias, Acreditación

DOES THE QUALIFICATION OF THE DIRECTORS (COORDINATORS) IMPACT THE CERTIFICATION OF A POSTGRADUATE PROGRAM?

ABSTRACT

In Mexico, the quality of graduate programs is well praised when they join up the Programa Nacional de Posgrados de Calidad, from the Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. This paper presents the results of a study to identify the Graduate Program Coordinators competences that impact to the certification of the graduate quality program that they coordinate. The field of study involves the Universidad Veracruzana, which is an educational institution that promotes the evaluation and accreditation of educational programs as a strategy to ensure and improve the quality of the functions of teaching, researching, cultural disseminating, bonding and university broadening. Therefore, some of the competences included in Martha Alicia Alles model as well as in the official documents of the university were considered as competences to evaluate. Was designed and applied a survey that identified the competencies of Graduate Program Coordinators through observable behaviors by students, scholars, administrative personnel and directors of the programs in the Programa Nacional de Posgrados de Calidad and those who have not entered the program yet. The data analysis was performed using figures, crosstabs and Chi squared test.

JEL: J24, M12

KEYWORDS: Human Capital, Education, Competences, Accreditation

INTRODUCCIÓN

El Gobierno de la República Mexicana a través del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) creó dentro de sus programas sustantivos el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC), el cual representa en la actualidad el marco de referencia para el diseño y el fortalecimiento de programas educativos de posgrado en todos los niveles y orientaciones; constituye el instrumento del gobierno federal para reconocer la buena calidad de los mismos y representa un elemento para la rendición de cuentas de las Instituciones de Educación Superior (IES), en virtud del reconocimiento público a la calidad de su oferta educativa de posgrado. Para la operación del PNPC se han considerado dos vertientes en su estructura (CONACYT, 2010):

El programa de Fomento a la Calidad: (PFC), con dos niveles: 1) Programas de reciente creación. Que satisfacen los criterios y estándares básicos del marco de referencia del PNPC y que su creación tenga una antigüedad que no exceda de cinco años para programas de doctorado y hasta tres años para maestría y especialidad y 2) Programas en Consolidación. Con una prospección académica positiva, sustentada en el plan de mejora continua y en las metas factibles de alcanzar en el mediano plazo.

El Padrón Nacional de Posgrado: (PNP), con dos niveles: 1) Programas Consolidados. Que cuentan con reconocimiento nacional por la pertinencia y la tendencia ascendente de sus resultados en la formación de recursos humanos de alto nivel, productividad académica y en la colaboración con otros sectores de la sociedad y 2) Programas de Competencia Internacional. Programas consolidados que tienen colaboraciones en el ámbito internacional con instituciones homólogas, a través de convenios que incluyen la movilidad de estudiantes y profesores, la codirección de tesis y proyectos de investigación conjuntos. La Universidad Veracruzana (UV), máxima casa de estudios del estado de Veracruz, ha asumido la responsabilidad de ir a la vanguardia en la oferta de programas de estudio de posgrado en la entidad, atendiendo las necesidades de la sociedad que demanda sus servicios, y buscando el máximo reconocimiento de su calidad por parte de organismos nacionales como el CONACYT.

Las metas alcanzadas por la Universidad Veracruzana en lo referente a la acreditación de la calidad de sus programas en julio del año 2010, señalaban que la UV contaba con un total de 98 Programas Educativos (PE) de posgrado, de los cuales, 28 se encontraban inscritos en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC). El 43% (12 de 28) de los mismos, figuraba con un estatus de posgrado de reciente creación, 36% (10 de 28) eran considerados posgrados en desarrollo, solamente un 21% (6 de 28) tenía el reconocimiento de programa consolidado y ningún programa de posgrado de los que ofertaba en ese año la Universidad Veracruzana, contaba con el reconocimiento de calidad internacional (CONACYT, 2010).

De acuerdo con la Dirección General de la Unidad de Estudios de Posgrado (DGUEP) de la UV una de las causas principales de la problemática a las que se enfrentan los PE, es la administración y operación del posgrado, es decir, la administración académica y financiera de los programas (DGUEP, 2009). En este sentido, es permisible identificar la relevancia que adquiere el rol de los Coordinadores de los Programas de Posgrado, quienes tienen la responsabilidad de administrar los recursos de las entidades académicas que ofertan dichos programas; y maximizar el uso de los mismos buscando altos rendimientos en calidad y excelencia educativa. Por lo tanto, se considera necesario que los mismos cuenten con competencias o estándares de desempeño en el ejercicio de la administración académica, operativa y financiera de los posgrados con un enfoque que los lleve a obtener niveles de excelencia y alta calidad.

En México, el Gobierno Federal ha establecido el Sistema Nacional de Competencias (SNC) a través del Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales (CONOCER), que es la entidad que promueve y coordina, dicho sistema para contribuir al crecimiento económico, el desarrollo educativo y el progreso social de México con base en el fortalecimiento de las competencias de las personas, pretende ser una pieza clave para impulsar la competitividad del país. Para ello, ha integrado los

denominados Comités de Gestión por Competencias (CGC) que desarrollan los estándares de competencias para cada sector, evalúan y certifican las competencias de las personas interesadas y ofrecen cursos de capacitación basados en los estándares de competencias (CONOCER, 2010).

Entre los avances logrados por CONOCER, se especifican estándares de competencias para realizar una actividad en el ámbito laboral, social, gobierno o educativo y es el referente que permite evaluar competencias y en su caso, obtener un certificado que lo respalde. A pesar de los avances logrados por este organismo, las competencias de Coordinadores de Programas de Posgrado, particularmente, no cuentan con estándares que permitan su evaluación y certificación por parte de este organismo, hasta el momento de realización del estudio. En este documento, se presentan los resultados obtenidos de la búsqueda de respuesta a la creencia de que las competencias que poseen los Coordinadores de Programas de Posgrado, están asociadas con el ingreso a dicho programa y por el interés de que a través de la identificación de las mismas, pueda seleccionarse el recurso humano que permita asegurar el ingreso al PNPC de los programas de posgrado de la Universidad Veracruzana con la finalidad de asegurar el reconocimiento de su calidad. Para el estudio, se llegó a la siguiente pregunta de investigación: ¿Existe una asociación entre el ingreso de los programas de posgrado de la Universidad Veracruzana en el Programa nacional de Posgrados de Calidad y las competencias con que cuentan los Coordinadores de los Programas de Posgrado de dicha institución?.

El resto del trabajo, se encuentra organizado como sigue. En la sección de revisión literaria, se presenta literatura relevante. En la de metodología, se describen las fases del proceso metodológico utilizadas. Los resultados refieren los hallazgos del estudio. En las conclusiones se especifican las contribuciones del trabajo. En el anexo, se muestra el cuestionario diseñado para la recopilación de información. Al final, se tienen algunas de las referencias y una breve biografía de los autores.

REVISIÓN LITERARIA

Fernández y Ramos (2002), comentan que McClelland en 1973, propuso que para saber lo que garantizará buenos resultados en el desempeño de los individuos en el trabajo es necesario comprobar qué competencias o características particulares tienen aquellas personas que muestran un desempeño superior. Este autor, descubrió que lo que verdaderamente distinguía a los mejores trabajadores era un conjunto de características de muy diversa índole (valores, rasgos de personalidad, motivaciones) que redundaban en ideas, emociones y comportamientos. Señalan que el gran potencial de este enfoque, tiene fundamento en cinco razones: 1) Se relacionan causalmente con los resultados en un puesto de trabajo, por lo que se puede cuantificar la relación entre la obtención de buenos resultados de negocio, originados por una mayor adaptación de las competencias del trabajador; 2) Son características individuales estables y constantes, por lo tanto, tienen implicación directa en el trabajo a largo plazo; 3) Se reflejan en comportamientos fácilmente identificables, a través de medios de recolección de información, como la observación directa y las entrevistas y, por tanto, pueden ser medidas; 4) Generalmente son adquiridas, luego entonces pueden ser desarrolladas utilizando el enfoque adecuado y 5) Dependen de la cultura organizacional y la estrategia de cada empresa.

Martha Alicia Alles, dice que el término de competencia hace referencia a características de personalidad, devenidas en comportamientos, que generan un desempeño exitoso en un puesto de trabajo (Alles, 2008-2). Esta autora, propone una metodología para la gestión por competencias que incluye las etapas de: 1) Definición o revisión de la información estratégica de la organización; 2) Definición de competencias; 3) Elaboración del diccionario de competencias y el catálogo de comportamientos; 4) Asignación de competencias a los puestos de la organización; 5) Determinación de las brechas entre las competencias definidas por el modelo y las que poseen los integrantes de la organización y 6) Diseño de procesos o subsistemas de Recursos Humanos por competencias.

Para la definición de las competencias de un puesto, Martha Alicia Alles (2008-2), señala que en caso de que un organismo no cuente con un sistema de evaluación del desempeño basado en competencias, es pertinente generar el catálogo de competencias que se considere necesario para cada uno de los puestos de la organización. Para ello se sugiere la evaluación de 360° o 360° *feedback* como una de las formas de desarrollar la evaluación del desempeño, debido a que se elabora con la intención de satisfacer las necesidades y expectativas de todas aquellas personas, que de forma directa o indirecta, reciben los servicios del sujeto que interesa evaluar (Edwards y Ewen, 1996).

En México, los programas de posgrado que ofrecen las Instituciones de Educación Superior (IES) y que soliciten su registro en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad, deberán atender las políticas, y cumplir con los criterios y lineamientos contenidos en la Convocatoria que emita CONACYT. Los comités de pares (evaluadores) basan su recomendación para el dictamen en: a) La auto-evaluación del programa; 2) El cumplimiento de los criterios y lineamientos de evaluación contenidos en el documento denominado Marco de Referencia para la Evaluación y Seguimiento de Programas de Posgrado y 3) El expediente del programa y las observaciones que haya recibido, en su caso, en evaluaciones anteriores (CONACYT, 2010). Los Coordinadores de Programas de Posgrado deben contar con las competencias necesarias para gestionar y cumplir con los criterios y lineamientos señalados en la convocatoria correspondiente al año en el que se somete a evaluación de los pares el programa. Las convocatorias se publican cada año, con la antelación suficiente para integrar la documentación solicitada para participar.

METODOLOGÍA

El objetivo general del proyecto, fue identificar la existencia de una relación entre el ingreso de los programas de posgrado de la Universidad Veracruzana al Programa Nacional de Posgrados de Calidad; y las competencias de los Coordinadores de dichos programas. Con lo que la hipótesis se estableció como: el ingreso de los programas de posgrado de la Universidad Veracruzana al Programa nacional de Posgrados de Calidad está asociado con las competencias de los Coordinadores de dichos programas. Las variables se conceptualizaron como:

Ingreso de Programas al PNPC. Reconocimiento otorgado por parte del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) a la excelencia, calidad y pertinencia de los programas de estudio de posgrado. Competencias de los Coordinadores de los Programas de Posgrado de la Universidad Veracruzana. Conjunto de capacidades, habilidades, destrezas, aptitudes y actitudes necesarias para desarrollar de manera eficaz los roles y actividades propias de los coordinadores o personas encargadas de la dirección y administración de los programas de posgrado de la UV. Además de las variables señaladas en la hipótesis, se decidió establecer variables de control las cuales con relación al programa educativo de posgrado, fueron: Nivel de estudios que oferta el programa educativo (Especialización, Maestría o Doctorado); Orientación de dichos programas (Investigación o Profesionalizantes) y Sector o rol de los evaluadores (estudiante, académico, personal administrativo o director). Con relación al Coordinador, específicamente se consideraron: Grado Académico; pertenencia al PROMEP; pertenencia al SNI; Género y la Experiencia.

Para la investigación se utilizó un enfoque mixto, tanto cualitativo como cuantitativo. Fue descriptiva porque muestra la situación actual del nivel de estudios de posgrado de la Universidad Veracruzana, así como de las características de los coordinadores de los programas de este nivel educativo. Fue evaluativa, al considerar el análisis de los factores involucrados en las competencias de los Coordinadores de los Programas de Posgrado. De campo e in situ, porque se llevó a cabo en los programas de posgrado en funcionamiento de la Universidad Veracruzana. El trabajo se desarrolló a través de las fases que se describen en los párrafos siguientes.

Determinación de las competencias a evaluar. La teoría del Modelo de Alles (2008-2) -fundamento del estudio realizado-, señala que las competencias a evaluar deberán ser las mismas que aquellas que se encuentren plasmadas en el sistema de evaluación de desempeño de la organización, si es que ésta cuenta con dicho sistema. En caso de no contar con un sistema de evaluación del desempeño basado en competencias, es pertinente generar el catálogo de competencias que se considere necesario evaluar para cada uno de los puestos de la organización.

Para el caso particular de la Universidad Veracruzana, se encontró que la institución no contaba con un sistema de evaluación del desempeño por competencias, razón por la cual fue necesario definir las competencias que permitieran evaluar el desempeño del puesto de: Coordinador de Programa de Posgrado de la Universidad Veracruzana. Para definir las competencias, se consideró la definición de funciones de la información estratégica de la UV y el diccionario de Martha Alles (2008), el cual contiene 160 competencias y la descripción y grado de 4,538 comportamientos distribuidos por nivel de competencia. A continuación se describen los conceptos de cada competencia seleccionada para la realización de este trabajo (Alles, 2008):

Pensamiento estratégico. Habilidad para comprender rápidamente los cambios del entorno, las oportunidades del mercado, las amenazas competitivas y las fortalezas y debilidades de su propia organización.

Orientación a Resultados y búsqueda de la calidad: Es la capacidad de encaminar todos los actos al logro de lo esperado, actuando con velocidad y sentido de urgencia ante decisiones importantes, necesarias para satisfacer las necesidades del cliente, superar a los competidores o mejorar la organización enfocando todos los esfuerzos al logro de la mayor calidad posible.

Profundidad en el conocimiento del programa de posgrado que coordina: Es la capacidad de conocer el programa de posgrado que le corresponde coordinar y evaluar la factibilidad y viabilidad de su adaptación a los requerimientos, gustos y necesidades de estudiantes, académicos, demás integrantes de la comunidad universitaria y el gobierno.

Conocimiento del contexto de acreditación de un programa de posgrado: Es la capacidad de conocer y asimilar el entorno referente a los procesos necesarios para llevar a cabo un proceso de acreditación de la calidad de un programa educativo de posgrado. También es la capacidad de comprender el contexto de los elementos que interactúan y participan en los procesos de acreditación como son: estudiantes, profesores, personal administrativo y entorno institucional; y la habilidad para coordinar los esfuerzos de estos elementos en busca del reconocimiento de calidad.

Trabajo en equipo centrado en objetivos: La habilidad de movilizar los aspectos positivos y el entusiasmo de los miembros del equipo para alcanzar un objetivo común.

Habilidad para la gestión: Habilidad que tiene la persona para gestionar las tareas y procesos a su cargo en forma rápida y confiable; haciendo uso de la recursividad y dinamismo que requiere el hacer que las cosas resulten.

Resolución de problemas: Es la capacidad de idear la solución que dará lugar a una clara satisfacción de los problemas que se presenten a todos los elementos que forman parte del posgrado que coordina, atendiendo a sus necesidades y objetivos de la institución y la factibilidad interna de resolución. Incluye la capacidad de idear soluciones a problemáticas futuras de relacionadas con sus labores.

Desarrollo de personas: Implica un esfuerzo constante por mejorar la formación y el desarrollo, tanto los personales como los de los demás, a partir de un apropiado análisis previo de sus necesidades y de la

organización. No se trata sólo de enviar a las personas a cursos, sino de un esfuerzo por desarrollar a los demás.

Liderazgo, impacto e influencia y negociación: Habilidad para orientar la acción de los grupos humanos en una dirección determinada, inspirando valores de acción y anticipando escenarios de desarrollo de la acción. Es el deseo de producir un impacto o efecto determinado sobre los demás, persuadirlos, influir en ellos o impresionarlos, con el fin de que ejecuten determinadas acciones. Habilidad para crear un ambiente propicio para la colaboración y lograr compromisos duraderos que fortalezcan la relación entre los que forman parte del programa de posgrado.

Comunicación/Relaciones públicas: Es la capacidad de escuchar, hacer preguntas, expresar conceptos e ideas en forma efectiva, y exponer aspectos positivos. La habilidad de saber cuándo y a quién preguntar para llevar adelante un propósito. Es la capacidad de escuchar al otro y entenderlo. Comprender la dinámica de grupos y el diseño efectivo de reuniones, incluye la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad. Habilidad para establecer relaciones con redes complejas de personas cuya cooperación es necesaria para tener influencia sobre los que se encuentran involucrados en los procesos de acreditación de la calidad del posgrado a su cargo.

Compromiso: Sentir como propios los objetivos de la organización. Apoyar e instrumentar decisiones comprometido por completo con el logro de los objetivos comunes. Prevenir y superar obstáculos que interfieren el logro de los objetivos institucionales. Controlar la puesta en marcha de las acciones acordadas. Cumplir sus compromisos, tanto personales como profesionales.

Autocontrol/Tolerancia a la presión: Dominio de sí mismo. Es la capacidad de mantener controladas las propias emociones y evitar reacciones negativas ante provocaciones, oposición u hostilidad de otros, o cuando se trabaja en condiciones de estrés. Asimismo, implica la resistencia a condiciones constantes de estrés. Se trata de la habilidad para seguir actuando con eficacia en situaciones de presión de tiempo y de desacuerdo, oposición y diversidad. Es la capacidad para responder y trabajar con alto desempeño en situaciones de dicha exigencia.

Iniciativa e innovación: Hace referencia a la actitud permanente de adelantarse a los demás en su accionar. Es la predisposición a actuar en forma proactiva y no sólo pensar en lo que hay que hacer en el futuro. Implica marcar el rumbo por medio de acciones concretas, no sólo de palabras. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones de problemas. Es la capacidad para modificar las cosas, incluso partiendo de formas o situaciones no pensadas con anterioridad. Implica idear soluciones nuevas y diferentes ante problemas o situaciones no requeridos por el propio puesto, la organización, integrantes del programa o el área académica donde se ubique su programa de posgrado.

Dinamismo: Se trata de la habilidad para trabajar duro en situaciones cambiantes o alternativas, con interlocutores muy diversos, que cambian en cortos espacios de tiempo, y en jornadas de trabajo prolongadas, sin que por esto se vea afectado su nivel de actividad.

Integridad: Hace referencia a obrar con rectitud y probidad. Es actuar en consonancia con lo que cada uno dice o considera importante. Incluye comunicar las intenciones, ideas y sentimientos abierta y directamente, y estar dispuesto a actuar con honestidad incluso en negociaciones difíciles con agentes externos. Las acciones de la persona son coherentes con lo que se dice.

Confianza en sí mismo: Es el convencimiento de que se es capaz de realizar con éxito una tarea o elegir el enfoque adecuado para resolver un problema. Esto incluye abordar nuevos y crecientes retos con una actitud de confianza en las propias posibilidades, decisiones o puntos de vista.

Diseño de un instrumento para medir las competencias seleccionadas. Para Alles (2008), un comportamiento observable es el comportamiento de una persona frente a un hecho determinado. Se parte de la premisa que más allá del conocimiento que una persona posea, ésta puede actuar o no en relación a ese conocimiento. Por tanto, al evaluar competencias se observan los comportamientos de las personas frente a hechos reales. Como resultado, se construyó un instrumento que inicialmente se componía de 72 preguntas orientadas a describir comportamientos que evaluaban 16 competencias. Sin embargo, un periodo de prueba permitió reducir el mismo a un conjunto de 31 comportamientos que evalúan el mismo número de competencias. Dicho instrumento contiene la descripción de comportamientos, que son evaluados acerca de su existencia, por medio de una escala tipo *Likert*, estructurada de acuerdo a las siguientes cuatro categorías ordinales: *Nunca*, *Rara vez*, *Casi siempre* y *Siempre* contemplando además la opción denominada *No sé* para el caso en que el evaluador se considerara incompetente para emitir una evaluación sobre la frecuencia del comportamiento señalado.

Para determinar la validez del instrumento, fue incluida la totalidad de las variables a medir, lo cual se logró mediante la investigación de la literatura existente y la revisión del instrumento por un grupo de expertos de diferentes áreas vinculados con el tema. Para determinar la confiabilidad del instrumento se calculó el *Alpha* de *Cronbach*. El instrumento mostró que para 31 ítems, considerando a los 109 individuos encuestados, se obtuvo un coeficiente de confiabilidad *Alpha* de *Cronbach* de 0.95475, lo que puede interpretarse como un instrumento de alta confiabilidad.

Determinación de la población y la muestra. La población objeto de estudio fueron los Coordinadores de Programa de Posgrado de la Universidad Veracruzana, de aquellos posgrados aprobados, vigentes y con al menos un periodo escolar en funciones al 31 de diciembre de 2010. Sin embargo, como el objetivo de la investigación fue identificar si existían diferencias significativas entre Coordinadores de Programas cuyo reconocimiento de calidad les ha permitido ingresar al Programa Nacional de Posgrados (PNPC), y aquellos que aún no lograban dicho reconocimiento, o lo tuvieron y lo perdieron, fue necesario agrupar la población en dos estratos. El primer estrato estuvo formado por los coordinadores de los 28 programas de posgrado reconocidos por el PNPC y el segundo, por los 70 programas que a la fecha del estudio no contaban con dicho reconocimiento. Para efectos de evaluación de competencias, la teoría sugiere seleccionar como muestra aquellos casos considerados como los más exitosos de la organización y compararlos con el resto (Alles, 2008), con la intención de identificar las competencias que al no estar desarrolladas en la misma medida, puedan incidir en el óptimo desarrollo de todos los elementos de la organización. En este caso, se consideraron como programas más exitosos, los que habían obtenido el reconocimiento de programa de posgrado Consolidado en el PNP. De los seis programas con este grado de reconocimiento se hizo un muestreo por conveniencia y se tomaron únicamente cuatro. La razón fue la factibilidad de estudiarlos por encontrarse todos ubicados en el área de los Institutos de Investigación de la Universidad Veracruzana campus Xalapa, Veracruz.

Tomando como base el mismo criterio, fueron seleccionados tres programas de posgrado que no contaban con el reconocimiento del PNP y que también se encontraban ubicados en el Área de Investigaciones de la Universidad Veracruzana, en la ciudad de Xalapa, Veracruz. Cabe mencionar que adicionalmente, se consideraron los siguientes criterios de inclusión para la selección de la muestra:

Posgrados cuyo coordinador tuviera al menos un periodo escolar en funciones a la fecha de aplicación del instrumento.

Posgrados que contaran con alumnos inscritos y con al menos un periodo escolar cursado a la fecha de aplicación del instrumento.

Personal académico que tuviera al menos un periodo escolar laborando en la entidad académica donde se imparte el programa de posgrado, y que hubieran impartido al menos una asignatura de dicho programa a la fecha de aplicación del instrumento.

Personal administrativo y de apoyo con al menos un periodo escolar laborado a la fecha de aplicación del instrumento.

Director del instituto o entidad de adscripción del programa de posgrado evaluado con al menos un periodo escolar laborado en ese cargo a la fecha de aplicación del instrumento.

Recopilación de información. Alles (2008-2) señala que el procedimiento para realizar una evaluación del desempeño de 360° es un proceso claro y sencillo que consiste en que un conjunto de personas valore a otra a través de una serie de factores predefinidos los cuales son comportamientos observables de la persona en el desarrollo diario de su desempeño profesional o laboral. Por ello, se decidió que los coordinadores fueran evaluados por todo su entorno (evaluación de 360°): jefes (Directores), académicos, estudiantes del programa y personal administrativo que colabora con ellos. El instrumento se distribuyó físicamente y de forma electrónica a todos aquellos estudiantes, académicos, personal administrativo y directores de dependencia de adscripción del programa de posgrado seleccionado en la muestra y que cumplieran con los criterios de inclusión mencionados anteriormente. Cabe mencionar que para obtener la información relativa a los coordinadores, se acudió a la información consignada en las páginas Web de cada programa educativo de posgrado. La aplicación del instrumento se realizó durante los meses de junio, julio y agosto del año 2011 en el área de los institutos de investigación de la UV, campus Xalapa. La fecha de corte para el periodo de recolección de información fue el día 18 de agosto, teniendo como resultado la aplicación de un total de 109 instrumentos. Cabe señalar que se distribuyeron 132 instrumentos de los cuales no se obtuvo el 100% de participación debido principalmente a la falta de tiempo de los evaluadores y a la negativa de los mismos a contestar el instrumento. En la Tabla 1, se describe la distribución porcentual de los evaluadores de acuerdo al rol que desempeñan dentro del programa de posgrado y la pertenencia al PNPC del programa en el que se encuentran.

Tabla 1: Distribución Porcentual de Evaluadores de Acuerdo al Rol que Desempeñan y Pertenencia al PNPC

Rol de Evaluadores	En el PNPC	No miembro del PNPC	Total
Estudiante	51%	48%	50%
Académico	47%	34%	39%
Personal administrativo		13%	7%
Director del instituto	2%	5%	4%
Total	100%	100%	100%

La tabla muestra la participación de los evaluadores integrantes de la muestra, de acuerdo al rol que desempeñan dentro del programa de posgrado y su distribución porcentual, respecto a la pertenencia al PNPC del posgrado en el que participan. La mayor proporción fue de estudiantes lo que, representa la situación que prevalece en dependencia educativas en las que el número de estudiantes es mayor que el número de académicos que integran los programa. Fuente: Elaboración propia.

Procesamiento y análisis de la información. El procesamiento de los datos se hizo utilizando el Software Estadístico SPSS versión 18 y el software de hoja de cálculo Microsoft Office Excel 2007. Para ello, se recodificaron algunas variables para las pruebas de independencia con Chi cuadrada (χ^2). En algunos casos no se alcanzó el número mínimo de observaciones, señalado de al menos cinco observaciones por casilla (Sudman & Blair, 1998), por lo que se agruparon las categorías ordinales, quedando éstas de la siguiente forma: *Nunca o Rara vez*; y *Casi siempre o Siempre*. Las frecuencias de las respuestas de tipo *No sé* se consideraron valores perdidos.

RESULTADOS

Los resultados obtenidos se exponen en tres secciones: 1) Características de los programas de posgrado de los evaluadores que integraron la muestra; 2) Evaluación de competencias y 3) Prueba de independencia.

Características de los Programas de Posgrado de los Evaluadores Que Integraron la Muestra.

El 43% de los evaluadores de muestra, pertenecían a programas de posgrado reconocidos por el PNPC y el 57% a los que no han sido reconocidos en dicho programa. El 89% de los integrantes de la muestra fueron evaluadores de programas educativos que ofrecen el nivel de Maestría y el 11% el de Doctorado. Los programas de posgrado con orientación a la investigación, se dedican fundamentalmente a la generación de nuevos conocimientos y los Profesionalizantes, a proporcionar una formación amplia y sólida en un campo de conocimiento con una alta capacidad para el ejercicio profesional. La mayoría (75%) de los posgrados que tienen el reconocimiento del PNPC están orientados a la investigación, mientras que el 100% de los programas que no cuentan con el reconocimiento de su calidad, son de carácter profesionalizante. En la Tabla 2, se describe la distribución porcentual de las características de los programas de posgrado al que pertenecen los evaluadores integrantes de la muestra de acuerdo con la pertenencia al PNPC.

Tabla 2: Distribución Proporcional de las Características de los Programas de Posgrado en los Que Participan los Evaluadores

Programa al Que Pertenecen los Evaluadores	En el PNPC	No Miembro del PNPC	Total
Maestría	36%	64%	100%
Doctorado	100%		100%
Profesionalizantes		100%	100%
Orientados a la investigación	75%	25%	100%
Programa de posgrado	43%	57%	100%

La tabla muestra el resumen de la distribución de las principales características de los programas de posgrado al que pertenecen los evaluadores integrantes de la muestra. La mayoría de los que no pertenecen al PNPC, ofertan el nivel de Maestría y todos son Profesionalizantes, mientras que los que pertenecen al PNPC, en su mayoría se orientan a la investigación y ofrecen el grado de doctor. Fuente: Elaboración propia

Los siguientes resultados guardan relación con aspectos específicos del Coordinador. El 100% de los coordinadores de programas en el PNPC, cuentan con el grado académico de Doctorado, mientras que en los programas no consolidados solamente el 33% cuenta con este grado, y el 66% cuenta únicamente con maestría. De acuerdo con el Reglamento General de Estudios de Posgrado (Universidad Veracruzana, 2010-2), los Coordinadores de programas de posgrado que pertenezcan a programas orientados a la investigación, deben pertenecer al Sistema Nacional de Investigadores (SNI) o al Programa de Mejoramiento del Profesorado (PROMEP).

Los resultados muestran que los programas reconocidos en el PNPC, son coordinados en un 75% por investigadores que pertenecen al SNI, mientras ninguno de los coordinadores de los programas no acreditados cuenta con esta distinción. El 100% de los Coordinadores de Programas en el PNPC, cuentan con el reconocimiento del perfil PROMEP otorgado por méritos académicos, mientras que solamente el 66% de los Coordinadores de Programas no miembros, cuentan con este reconocimiento.

La experiencia en el puesto de Coordinador de Programa de Posgrado, hace referencia al tiempo durante el cual las personas evaluadas han desempeñado dicha labor. El promedio de antigüedad de los coordinadores es mayor con 3.67 años para los programas no reconocidos en el PNPC, que los 1.88 años de los que coordinan programas consolidados. La distribución porcentual por género, fue de 50% para ambos géneros de los programas en el PNPC, mientras que para los que no se encuentran en dicho programa, la mayoría (66%) correspondió al género masculino.

Evaluación de Competencias de los Coordinadores de Programa de Posgrado Integrantes de la Muestra

En la Tabla 3, se presenta la proporción obtenida para cada una de las respuestas, con relación a las competencias evaluadas, según la escala tipo *Likert* utilizada; y para efectos de comparación se muestran los resultados de acuerdo a la pertenencia o no en el PNPC de los programas de posgrado que formaron parte de la muestra.

Tabla 3: Tabla Resumen De Resultados de la Evaluación de Competencias

Competencia	Respuesta		No Sé		Nunca		Rara Vez		Casi Siempre		Siempre	
	PNPC	NO PNPC	PNPC	NO PNPC	PNPC	NO PNPC	PNPC	NO PNPC	PNPC	NO PNPC	PNPC	NO PNPC
Pensamiento estratégico	20%	14%	11%	25%					2%	67%	61%	
Orientación a resultados y búsqueda de la calidad	12%	6%	3%	2%	9%	27%	33%	38%	44%	27%		
Profundidad en el conocimiento del programa que coordina	15%	17%	4%	5%	19%	18%	28%	40%	34%	21%		
Conocimiento del contexto de acreditación de un programa de posgrado	24%	36%	3%	5%	10%	14%	15%	22%	48%	23%		
Trabajo en equipo centrado en objetivos	23%	32%	2%	6%	12%	16%	20%	19%	43%	27%		
Habilidad para la gestión	13%		4%	5%	13%	37%	40%	35%	30%	23%		
Resolución de problemas	15%	6%	6%	13%	13%	39%	40%	29%	26%	13%		
Desarrollo de personas	21%	15%	11%	16%	10%	34%	24%	21%	34%	14%		
Liderazgo, impacto e influencia y negociación	17%	18%	11%	7%	16%	23%	36%	23%	20%	28%		
Comunicación / Relaciones públicas	1%	5%	7%	3%	9%	19%	28%	27%	54%	46%		
Compromiso	9%	15%	6%	4%	17%	20%	27%	35%	41%	25%		
Autocontrol / Tolerancia a la presión	9%	10%	7%	4%	7%	10%	36%	35%	40%	40%		
Iniciativa e Innovación	29%	28%	5%	5%	16%	22%	27%	25%	23%	20%		
Dinamismo	21%	11%	4%	5%	11%	29%	30%	32%	34%	23%		
Integridad	13%	10%	6%	3%	11%	19%	30%	30%	40%	37%		
Confianza en sí mismo	18%	12%	4%	2%	14%	19%	26%	34%	38%	32%		

La tabla muestra la distribución proporcional obtenida para cada competencia evaluada. La opción de Siempre, representa la existencia del comportamiento observable en el Coordinado y la columna con las siglas PNPC los programas que se encuentran acreditados. En la tabla, se aprecian diferencias porcentuales a favor de los programas en el PNPC en todas las competencias, a excepción de la de Autocontrol/Tolerancia a la presión, lo que indica que para esta competencia, la misma proporción de evaluadores de programas en el PNPC y no pertenecientes al PNPC opinó que se presentaba siempre en el Coordinador. Fuente: Elaboración propia.

Prueba de Independencia

El análisis inferencial bivariado se realizó mediante tablas de contingencia, para lo que se aplicaron pruebas de independencia para cada una de las competencias evaluadas con relación a si el programa que coordinan se encuentra o no en el PNPC, por medio de una prueba Chi cuadrada (χ^2). Para la realización de la prueba y con la finalidad de cumplir con el mínimo de 5 observaciones para las celdas (Sudman & Blair, 1998), se agruparon las respuestas de Nunca y Rara vez y por otra parte, las de Casi siempre y Siempre.

Esta elección se debió a que las preguntas se referían a la presencia o ausencia de comportamientos del Coordinador relacionados con cada competencia. A continuación, se presenta la Tabla 4 en la que se resumen de los resultados obtenidos mediante el estadístico de Chi cuadrada para cada una de las competencias analizadas.

CONCLUSIONES

En este trabajo de investigación, se destaca la importancia de la gestión que tiene lugar a través de las competencias del Coordinador de Programas de Posgrado, identificando aquellas cuya presencia, pueden ofrecer una mayor oportunidad para el ingreso al PNPC del programa que coordinan. De acuerdo con los resultados del estudio, se recomienda establecer un sistema de evaluación de competencias para los

candidatos a ocupar el puesto de Coordinador de Programa de Posgrado a nivel institucional, ya que de acuerdo a la encuesta realizada para la prueba de independencia de χ^2 se tiene evidencia de que algunas de las competencias evaluadas en los coordinadores de posgrado, tienen mayor asociación con el ingreso del programa de posgrado al PNP. Las competencias más significativas de acuerdo al resultado del valor p de probabilidad fueron: *Pensamiento estratégico; Orientación a resultados y búsqueda de la calidad; Trabajo en equipo centrado en objetivos; Habilidad para la gestión; Resolución de problemas; Desarrollo de personas y Dinamismo.*

Tabla 4: Resumen de Valores Obtenidos de la Prueba de Chi Cuadrada

Competencia	Valor De Chi Cuadrada	Grados De Libertad	Nivel de Significancia Observado (Valor P)	H ₀
Desarrollo de personas	19.513	1	0.000**	Se rechaza
Resolución de problemas	10.385	1	0.001**	Se rechaza
Orientación a resultados y búsqueda de la calidad	8.984	1	0.003**	Se rechaza
Dinamismo	7.753	1	0.005**	Se rechaza
Pensamiento estratégico	6.179	1	0.013**	Se rechaza
Habilidad para la gestión	5.612	1	0.018**	Se rechaza
Trabajo en equipo centrado en objetivos	4.035	1	0.045**	Se rechaza
Conocimiento del contexto de acreditación de un programa de posgrado	3.118	1	0.077**	No se rechaza
Comunicación / Relaciones públicas	2.111	1	0.146**	No se rechaza
Iniciativa e Innovación	0.89	1	0.345**	No se rechaza
Integridad	0.875	1	0.35**	No se rechaza
Liderazgo, impacto e influencia y negociación	0.526	1	0.468**	No se rechaza
Compromiso	0.213	1	0.644**	No se rechaza
Confianza en sí mismo	0.181	1	0.67**	No se rechaza
Autocontrol / Tolerancia a la presión	0.034	1	0.854**	No se rechaza
Profundidad en el conocimiento del programa que coordina	0.002	1	0.962**	No se rechaza

En la última columna de la Tabla, se muestra la decisión de rechazo o no rechazo de la hipótesis nula, que establece la independencia entre cada una de las competencias y el ingreso al PNP. Cuando la prueba es significativa, se rechaza la hipótesis nula que establece que la competencia evaluada y el ingreso o no al PNP son independientes, a favor de la hipótesis alterna, de que no son independientes, es decir que existe alguna relación entre las variables analizadas. Fuente: Elaboración propia de valores obtenidos de χ^2 por competencia evaluada.

** Significativo al 5%.

En México, el ingreso al PNP de los programas de posgrado, requiere, además de contar con Coordinadores competentes para realizar la gestión, cumplir con los requisitos señalados por CONACYT en la convocatoria respectiva, entre ellos, el perfil idóneo de los profesores, la estructura del plan de estudios que se oferte acorde con necesidades del entorno, la cantidad y calidad de la producción académica, espacios y equipamiento suficientes y satisfactorios, etc. Considerando la inexistencia de estudios similares y la importancia para la Universidad Veracruzana del tema, en este trabajo fueron evaluadas las competencias de los Coordinadores como uno de los factores que tienen relación con el ingreso al PNP, comprobando la existencia de dicha relación a través de una metodología propia que puede ser replicable para la evaluación del total de programas vigentes en dicha universidad.

El trabajo aporta una metodología para implementar la gestión por competencias en los puestos de la Universidad Veracruzana y el impacto de los resultados, se reflejan en la posibilidad de ofrecer una capacitación *ad hoc* a las necesidades del puesto de Coordinador y una selección y contratación de recursos humanos para este puesto, que considere las competencias que se identificaron en este estudio, con mayor significancia para el mejoramiento de la calidad de los programas de posgrado de la misma.

Sin embargo, se considera pertinente mencionar, que aunque se hicieron intentos por incrementar el número de evaluadores integrantes de la muestra, las limitaciones de tiempo, disponibilidad y actividades en algunas entidades, impidieron el logro de dicha intención. Los resultados obtenidos y presentados en este trabajo, solamente son ciertos para la muestra seleccionada, por lo que es recomendable ampliarla replicando el estudio, preferentemente en la misma Universidad y considerando a todos los programas de posgrado en operación o bien en otras IES interesadas en indentificar las competencias de sus Coordinadores de Programas de Posgrado.

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario

Fecha de aplicación:

No. De cuestionario:

Competencias Directivas De Los Coordinadores De Los Programas De Posgrado De La Universidad Veracruzana

Este cuestionario forma parte de un trabajo recepcional de la Maestría en Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana, por lo que solicitamos de su apoyo para responderlo. La información es anónima y confidencial y solamente servirá para fines del estudio.

Instrucciones: Marque con una X la respuesta que indique su opinión, acerca de los comportamientos que ha observado en el Coordinador(a) del Posgrado del que es integrante.

Comportamiento	Nunca	Rara vez	Casi Siempre	Siempre No sé
1. Establece mecanismos de actualización de la información acerca de la marcha de su programa de posgrado.				
2. Identifica con facilidad a las personas que le pueden ayudar para alcanzar los objetivos del programa de posgrado que coordina, manteniendo con ellos contactos formales e informales.				
3. Brinda apoyo y da el ejemplo en la búsqueda del mejoramiento de la calidad y la eficiencia de los resultados de los procesos de trabajo y los servicios brindados. Define y trabaja con objetivos claramente establecidos en tiempo, forma y resultados esperados.				
4. Comprende y conoce a fondo las características, procesos y procedimientos relativos a la coordinación del programa de posgrado tanto internos como externos				
5. Realiza propuestas de mejora, acordes con los requerimientos de estudiantes, académicos e instituciones acreditadoras de la calidad.				
6. Conoce con profundidad cómo manejar las objeciones de instituciones acreditadoras, en lo referente a la calidad del posgrado que coordina.				
7. Tiene amplio conocimiento del contexto de acreditación de la calidad del programa de posgrado que coordina.				
8. Tiene la convicción y la certeza de la importancia de saberse y sentirse partícipe, tanto de la gestión del programa de posgrado que coordina, como de los posgrados institucionales de apoyo.				
9. Tiene conocimiento profundo de otros posgrados afines al que coordina y que se encuentran reconocidos por su calidad ante instituciones acreditadoras e inicia, mantiene y fomenta el contacto, para construir una sólida red de apoyo formal e informal de conocimiento e información.				
10. Define el trabajo con suficiente anticipación, evitando imprevistos, planificando los recursos y los riesgos.				
11. Realiza un análisis detallado e identifica los orígenes o las causas de los problemas de los estudiantes y académicos del posgrado que coordina para diseñar estrategias de solución.				
12. Asigna a sus colaboradores tareas que signifiquen un reto, estimulándolos a desarrollar nuevas habilidades y logrando que den lo mejor de ellos.				
13. Genera oportunidades para la capacitación y el desarrollo requeridos para estudiantes, profesores y personal administrativo (responda de acuerdo al ámbito que le corresponda).				
14. Está atento a conseguir la asignación de los recursos necesarios para apoyar planes de desarrollo, y lo logra.				
15. Se conduce sin problemas frente a personas difíciles de manejar, pudiendo trabajar con ellos en armonía y calma dominando las situaciones de tensión que éstas personas generan.				
16. Expresa claramente los objetivos y estrategias del programa de posgrado a los estudiantes, profesores y personal administrativo, señalando cuáles son sus responsabilidades, y lo que se espera de ellos (responda de acuerdo al ámbito que le corresponda).				
17. Maneja correctamente el lenguaje, la gramática y la sintaxis al transmitir sus ideas, tanto oralmente como por escrito.				
18. Escucha atentamente a los demás, esforzándose por comprender el significado de la información que recibe.				
19. Logra la cooperación de las personas necesarias para manejar su programa de posgrado y lograr los resultados requeridos.				
20. Se ocupa personalmente de que la institución reconozca el esfuerzo de quienes colaboran y participan en el programa de posgrado que coordina, a fin de mantener la motivación y el compromiso del equipo de trabajo.				

-
21. Prioriza la imagen y reputación del programa de posgrado, independientemente de sus propios intereses y emociones.
 22. Se conduce con alto profesionalismo, sin exteriorizar desbordes emocionales, en épocas de trabajo que requieren de mayor esfuerzo y dedicación.
 23. Promueve la participación y la generación de ideas innovadoras y creativas entre sus colaboradores e integrantes del programa de posgrado.
 24. Es líder de agrupaciones y es requerido en organizaciones de profesionales por su aporte de creatividad y visión innovadora, que le permiten resolver situaciones complejas que otros no han sabido solucionar.
 25. Mantiene un alto y constante nivel de dinamismo y energía, trabajando duro en situaciones cambiantes y exigentes, sin que su capacidad se vea afectada.
 26. Es reconocido, por colaboradores e integrantes del programa de posgrado, como alguien que transmite energía y dinamismo para el desarrollo del trabajo motivándolos por ello.
 27. Establece relaciones laborales sobre la base de principios y valores.
 28. Sus acciones son congruentes con sus dichos.
 29. Es referente dentro de la organización por la seguridad y confianza que demuestra a la hora de abordar desafíos y tareas.
 30. Sostiene sus ideas y puntos de vista con fundamento y criterio, ante interlocutores internos y externos de todos los niveles, y es capaz de incorporar nuevas ideas o aportes, reconociendo el mérito de quien los realiza.
-

Variables de Control

- | | | | |
|---|-------------------------------|----------------|---|
| 1 | Nivel de Programa de posgrado | () Maestría | () Doctorado |
| 2 | Situación | () Estudiante | () Académico () Personal administrativo () Director de instituto |
-

REFERENCIAS

Alles, Martha Alicia (2008). *Diccionario de Comportamientos. Gestión Por Competencias*. Editorial Granica. Buenos Aires, Argentina.

Alles, Martha Alicia (2008-2). *Desempeño por competencias. Evaluación de 360°*. Editorial Granica. Buenos Aires, Argentina.

Arancibia, V. H. (2002). “El enfoque de las competencias laborales: Historia, Definiciones y Generación de un modelo de competencias para las organizaciones y las personas”. *Psykhe Número 2, Volumen 11*, páginas 207–214.

ANUIES (Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior) (2010). *Aportes de la ANUIES en la Educación Superior*. Tomado de http://www.anuiex.mx/la_anuiex/aportes.php el 26 de marzo de 2010.

CIEES (Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior) (2011). *¿Qué son los CIEES?* Tomado de <http://www.ciees.edu.mx/ciees/quesonciees.php#antec> el 28 de marzo de 2011.

CONACYT (2006). *Programa de Fortalecimiento del Posgrado Nacional*. Tomado de: <http://www.conacyt.gob.mx> el día 20 de abril de 2010

CONACYT (2010). *Padrón Nacional de Posgrado de Calidad*. Tomado de: <http://www.conacyt.gob.mx> el día 17 de junio de 2010

CONEAU (Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria) (2010). “¿Quiénes somos?” *Revista Acreditar* No.1 del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de Argentina. Recuperado en noviembre de 2010 del sitio Web: <http://www.coneau.gov.ar/boletin/boletin1.htm>

CONOCER (Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales) (2010). Tomado de: <http://www.conocer.gob.mx> el 10 de abril de 2012.

COPAES (Consejo para la Acreditación de la Educación Superior) (2010) *Manual del procedimiento para el reconocimiento de organismos acreditadores de programas académicos de nivel superior*. Tomado de http://www.copaes.org.mx/home/docs/docs_acred/2_Manual_procedimientos.pdf el 22 de marzo de 2011.

DGUEP (Dirección General de la Unidad de Estudios de Posgrado de la Universidad Veracruzana) (2009). *Plan de Desarrollo de la Dirección General de la Unidad de Estudios de Posgrado. Horizonte 2013*. Tomado de <http://www.uv.mx/posgrado/documentos/Plan-de-Desarrollo-de-la-DGUEP-al-2013.pdf> el día 17 de junio de 2010

Edwards, Mark R. y Ewen, Ann J. (1996). *360° Feedback*. Amacom, American Management Association, Nueva York.

Fernández Berrocal, Pablo y Ramos Díaz, Natalia (2002). *Corazones Inteligentes*. Editorial Kairós.

Fernández, Ignacio y Baeza, Ricardo (2002). “Aplicación del modelo de competencias: Experiencias en algunas empresas chilenas”. *Psyche*, Número 2, Volumen 11, páginas 141–158.

Le Boterf, Guy (1996). *Enfoque de gestión por competencias*. Conferencia dictada para ejecutivos de recursos humanos, Sala de eventos Telefónica, Santiago de Chile.

McClelland, David C. (1973). *Testing for competence rather than for “intelligence”*. *American Psychologist*, 28, 1-14.

McClelland, David C. (1987). *Human Motivation*. Editorial Cambridge University Press. New York, Estados Unidos.

McClelland, David C. (1989). *Estudio de la Motivación Humana*. Editorial Narcea. Madrid, España.

Peretti, Jean-Marie (1998). *Gestion des ressources humaines*. Editorial Vuibert. París, Francia.

Spencer, Lyle M. y Spencer, Signe M. (1993). *Competence at Work. Models for superior performance*. Editorial John Wiley & Sons, Inc. Estados Unidos de América

Stufflebeam y Shinkfield (1987). *Evaluación Sistemática. Guía teórica y práctica*. Editorial Paidós. Madrid, España.

Sudman, S. & Blair, E. (1998). *Marketing Research*. McGraw Hill, New York.

Universidad Veracruzana (2010). *Listado de programas inscritos en el PNPC*. Tomado de: <http://www.uv.mx/posgrado/posgrados/pnp.html> el 20 de junio de 2010

Universidad Veracruzana (2010-2). *Reglamento general de estudios de posgrado*. Tomado de http://www.uv.mx/neuro/documents/reglamento_general_de_estudios_de_posgrado2010-1.pdf el día 20 de agosto de 2011.

Universidad Veracruzana (2008). *Plan general de desarrollo 2025*. Tomado de [ww.uv.mx/planeacioninstitucional/documentos/documents/PlanGeneraldeDesarrollo2025.pdf](http://www.uv.mx/planeacioninstitucional/documentos/documents/PlanGeneraldeDesarrollo2025.pdf) el 11 de junio de 2010.

Villalobos Torres, Elvia Marveya y Parés Gutiérrez, Isabel (2007). Competencias Directivas del Docente Universitario. Revista Panamericana de Pedagogía, Número 10, páginas 61 – 83.

BIOGRAFÍA

Abraham Vásquez Cruz es Ingeniero en Sistemas egresado de la Maestría en Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana en Xalapa, Veracruz, México. El documento que se presenta es resultado de su trabajo de tesis para obtener el grado. Correo electrónico: abraham_vasquez_cruz@hotmail.com

Teresa García López es Doctora en Ciencias de la Administración por la UNAM; investigadora de tiempo completo de la Universidad Veracruzana en Xalapa, Veracruz, México, adscrita a la cátedra del Seminario de Elaboración de Tesis y Coordinadora de Investigaciones de un Instituto de la Universidad Veracruzana. Correo electrónico: tgarcia3110@hotmail.com

Milagros Cano Flores es Doctora en Filosofía y Ciencias de la Educación por la UNED, España. Actualmente es Directora de un Instituto de Investigaciones de la Universidad Veracruzana en Xalapa, Veracruz, México. Correo electrónico: milagros.canoflores@gmail.com.

LA INTERACCIÓN DE FACTORES DEL MODELO DE VIDEOCONFERENCIA Y SU INFLUENCIA EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Erika Patricia Alvarez Flores, CESUES
Reyna Isabel Ochoa Landín, CESUES
Lilián Ivethe Salado Rodríguez, CESUES
Rafael Armando Soto Bernal, Edesarrollos

RESUMEN

Dados los nuevos contextos de interacción entre docentes y estudiantes que han emergido en la educación en los últimos años, se han estimulado una serie de nuevos recursos para el aprendizaje, entre ellos la videoconferencia. Esta investigación pretende corroborar la contribución en la calidad del proceso de enseñanza –aprendizaje que tienen los distintos factores estructurales, organizacionales, curriculares y técnicos que intervienen en el proceso de videoconferencia, específicamente en el ámbito de educación superior. El estudio se realizó de noviembre de 2010 a febrero de 2012 en una universidad pública del noroeste de México, con la participación de 73 docentes y 23 estudiantes. El estudio se basa en el diseño descriptivo y cualitativo, utilizando un cuestionario, entrevistas y el método de observación para la recolección de datos. Los resultados obtenidos indican que todos los elementos del ambiente donde se lleva a cabo el proceso de comunicación, no sólo los factores relacionados con la tecnología, intervienen activamente para la calidad de la educación. Si se cuenta con los elementos adecuados es posible lograr resultados más favorables en el proceso enseñanza-aprendizaje.

PALABRAS CLAVE: Educación a Distancia, Universidades con Enseñanza a Distancia, Educación Superior, Videoconferencia

INTERACTION OF FACTORS OF VIDEO CONFERENCING MODEL AND ITS INFLUENCE ON THE TEACHING-LEARNING PROCESS

ABSTRACT

According to the new contexts of interaction among teachers and students in education that have emerged in recent years, have been considered a number of new resources for the teaching-learning process, including video conferencing. This research aims to confirm the contribution to the quality of teaching-learning process with the various structural, organizational, curricular and technician factors involved in the video conferencing process, specifically in the field of higher education. The study was conducted from November 2010 to February 2012 at a public university in northwestern Mexico, with the participation of 73 teachers and 23 students. The study was based on a descriptive and qualitative design, using questionnaire, interviews and observation method for data collection. The results obtained indicate that all elements of the environment where they carried out the communication process intervene actively to the quality of education and not only the factors related to technology. Having the adequate elements is possible to achieve better results in the teaching-learning process.

JEL: I20

KEYWORDS: Distance Education, Distance Teaching Universities, Higher Education, Video Conference

INTRODUCCIÓN

La globalización y la revolución de las tecnologías de comunicación han acelerado la transformación de la educación en las últimas dos décadas. Desde que han emergido las nuevas tecnologías de la información y comunicación, éstas han estimulado nuevas oportunidades de educación, aportando nuevos recursos para el aprendizaje de los contenidos, así como nuevos contextos de interacción entre docentes y estudiantes, cambiando con ello la forma en que las instituciones enfocan su desarrollo y evaluación.

En los últimos años, en México, se han desarrollado una gran diversidad de estrategias para enfrentar los grandes retos que se les presentan a las instituciones de educación superior (IES), tanto las tradicionales necesidades como las nuevas exigencias que nos plantean el rápido desarrollo científico tecnológico. Conscientes de esta circunstancia, el 79% de las 165 instituciones afiliadas a la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) han demostrado la preocupación por hacer permear los proyectos en los que se implica el uso de tecnologías con fines educativos. Por lo que, el 37% de las instituciones cuentan con tres o más instalaciones de salas de videoconferencia, el 22% tiene una y el 6% cuenta con dos (Vega, 2005). En este contexto, se presenta la iniciativa de crear la Red Nacional de Videoconferencia conformada por 565 salas en toda la República (Lupion y Rama, 2010). La videoconferencia está aportando un enfoque innovador en la mejora de la calidad de la educación y la pone a disposición de un público más amplio. La idea es seguir un modelo educativo flexible, que enfatice el aprendizaje con metodologías innovadoras, así como el establecimiento de redes de colaboración y de cooperación académica; para lograr una mayor eficiencia en los procesos que son vitales para la educación, proporcionando servicios de calidad y afrontando sus áreas de oportunidad.

Siguiendo esta tendencia, en los últimos dos años, el Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora (CESUES) ha proveído en el área docente la oportunidad de utilizar la técnica de videoconferencia para el proceso de enseñanza-aprendizaje. No obstante, el establecimiento del modelo de videoconferencia puede tener diferentes resultados según la interacción de los factores involucrados en él. En este camino tomando como base el modelo de referencia de Lawson and Comber (2010), hacemos una importante distinción de la influencia de cada uno de los distintos factores en el proceso enseñanza-aprendizaje.

A diferencia de otras investigaciones, en este trabajo no sólo nos enfocamos a saber si la videoconferencia está ayudando o no a lograr una mejor calidad en la educación, sino que además muestra cómo la interacción de los factores involucrados en la videoconferencia son los que están realmente determinando la calidad en la educación a distancia. Por otra parte, en el estudio también se analiza si el proceso de enseñanza a través de estas nuevas tecnologías implementadas en la institución genera más obstáculos para obtener las metas de aprendizaje que los sistemas tradicionales de educación. Para tal propósito, nos enfocamos fundamentalmente en medir el grado de involucramiento de las partes del proceso en la prestación del servicio de videoconferencia y la satisfacción adquirida en el proceso enseñanza-aprendizaje a través de este medio tecnológico, desde el punto de vista de la interrelación de cuatro factores: estructural, organizacional, curricular y técnico.

El resto de esta investigación está organizada de la siguiente manera: En la sección de revisión literaria se muestra información relacionada con los sistemas de videoconferencias, desde sus características principales hasta la contribución de la misma a la educación. Además, se retoman algunas investigaciones previamente desarrolladas en relación al tema, y se describe el proceso de implementación de la tecnología en CESUES. Posteriormente, en la sección de metodología se plantea el tipo de estudio, características de los participantes y su entorno, así como los instrumentos utilizados para la medición. Se continúa con la presentación de los resultados, donde se muestra la interacción de los diferentes factores y su efecto para la utilización de videoconferencia en el desarrollo académico de docentes y estudiantes.

Finalmente, se presenta en las conclusiones un análisis más profundo de los resultados obtenidos y se despliegan los trabajos futuros a desarrollar, así como las referencias bibliográficas consultadas.

Objetivo General

El objetivo principal del presente trabajo de investigación es examinar cómo influye la interacción de los distintos factores que intervienen en el modelo de videoconferencia en el proceso enseñanza-aprendizaje. Así mismo, corroborar la efectividad de la tecnología de comunicación en la educación, específicamente en el marco del modelo educativo ENFACE del CESUES.

REVISIÓN LITERARIA

Sistema de Videoconferencia

La videoconferencia es una tecnología que permite una comunicación bidireccional y en tiempo real sin la necesidad de trasladarse a un punto de reunión específico. A través de ella se ofrece simultáneamente una misma información a interlocutores de distintos sitios del mundo. El uso de la videoconferencia en la educación superior permite traspasar fronteras estatales, nacionales o internacionales. La videoconferencia punto a punto se ha expandido a videoconferencia multipunto donde dos o tres localidades pueden ser conectadas entre diferentes salas de videoconferencias, dando inmensos beneficios de interacción en tiempo real entre docentes, estudiantes y una amplia gama de expertos de todo el mundo. Esta característica ha hecho que sea un medio excelente para apoyar a la enseñanza convencional en la distancia, facilitando el aprendizaje a través del diálogo de docentes y estudiantes sin desplazamiento alguno. Antes la videoconferencia era relativamente poco utilizada en las escuelas, su alto costo impedía que fuese posible su adopción generalizada. Sin embargo, con el incremento de las capacidades de transmisión y el desarrollo de nuevas tecnologías de Internet (a un costo razonable) que proveen mejor calidad de transmisión de datos, audio y video las cosas cambiaron, las instituciones comenzaron a integrar la videoconferencia en sus programas de aprendizaje a distancia.

El proceso educativo a través del sistema de videoconferencia se basa en distintas formas de conexión, en los modos de interacción de los enlaces con los que se cuentan, según el equipo tecnológico y accesorios instalados en cada punto de reunión o sede y de las estrategias pedagógicas utilizadas para ello. Los tipos de enlaces con los que se cuentan se pueden citar: Enlaces a Internet, Dedicados, ISDN y la conexión entre los sitios punto a punto (conexión directa entre dos sitios) o multipunto (conexión entre tres o más sitios). Entre los requerimientos tecnológicos y demás accesorios que se deben considerar para llevar a cabo una transmisión a través de videoconferencia podemos mencionar: El Codificador-Decodificador (Codec) que permite transmitir la señal de audio y video, un sistema de audio para distribuir la señal de voz (micrófonos, bocinas, amplificadores, etc.), un sistema de video que permita observar la imagen del sitio remoto y del sitio local (cámara, video proyector, pantalla, etc.) y otros aspectos para adecuar la sala donde se llevará a cabo (acondicionamiento como mobiliario, iluminación, etc.). En relación a las estrategias pedagógicas se encuentran aquellas dirigidas a activar los conocimientos previos de los estudiantes y generar cuando no existan, así como generar los enlaces entre estos tipos de conocimientos; las estrategias orientadas a focalizar y mantener la atención de los estudiantes y otras estrategias enfocadas a la organización de la información que han de aprender los estudiantes.

La adecuada utilización de la tecnología en la videoconferencia tiene gran efecto en la calidad de la comunicación. No obstante, el éxito de la videoconferencia en la educación puede depender de otros factores no específicamente relacionados con la tecnología (Kendall and Oaks, 1992). Estos pueden ser: Cuestiones institucionales, métodos de enseñanza adoptados o por la misma actitud del estudiante y de los docentes a la tecnología; haciendo que el proceso no sea agradable y satisfactorio. Desencadenando que estudiantes o docentes pueden pensar que la videoconferencia no está totalmente apta para la educación.

Enseñar a través de videoconferencia supone, por lo tanto, un cambio en cuanto a la metodología tradicional aplicada en los sistemas presenciales de enseñanza. Esta nueva tecnología necesita formas distintas de interacción, diferente comportamiento físico, distintas maneras de presentar la información y diferentes formas de juzgar los mensajes que se puedan transmitir en ambas direcciones. Por ello es necesario que los docentes estén formados en el manejo de esta tecnología, que conozcan los elementos que la componen y, sobre todo, conozcan cuáles son los principales aspectos que tienen que tener en cuenta a la hora de utilizarla. En este sentido, Lawson and Comber (2010) definen un modelo de cuatro factores a considerar para lograr alcanzar adecuadamente los objetivos de aprendizaje usando la videoconferencia: factores estructurales en los que destacan los patrones y modos de interacción; factores organizacionales entre los cuales se menciona la planeación de la estructura de la información; factores curriculares que determinan el grado de integración de los participantes con la tecnología; así como el factor tecnológico que da énfasis a la naturaleza y calidad de los sistemas y conectividad utilizados. Por lo que es importante entender las limitaciones de la tecnología y de otros factores que interactúan en el modelo de videoconferencia para evaluar su potencial dentro de la educación.

Investigaciones Relacionadas

En los últimos años, como puede observarse en la Literatura, se han desarrollado una plétora de estudios acerca de la implementación y aportaciones de la videoconferencia como sistema de apoyo en la docencia. Algunos de los cuales son descritos a continuación. Castañeda *et al.*, (2008) analizan el proceso de aprendizaje desarrollado por estudiantes en interacción directa en el entorno de la videoconferencia. En dicho estudio se muestra que para que se lleve a cabo adecuadamente dicha interacción debe existir una gran capacidad de apoyo y asunción de roles de facilitación mutua en el contexto de dicho intercambio. Creighton y Adams (1998) sugieren que los participantes deben estar más preparados para trabajar con videoconferencia, y que una vez que ellos estén más familiarizados y disciplinados con ese tipo de tecnología, será más eficaz que el proceso tradicional.

No obstante, la eficiencia de la videoconferencia se ve reducida (por la reducción del tiempo de aprendizaje) ante la posibilidad de que falle el sistema, causado por problemas técnicos (Carville and Mitchell, 2000). Aún más, otra limitante es que se requiere buenas conexiones de red y pantallas grandes. Por lo que es preciso tener buena voluntad de docentes y estudiantes para trabajar a pesar de las dificultades técnicas que se presenten (Doggett, 2008). Resultados observados en Furst-Bowe (1997) dan a conocer que un elemento clave para la educación a distancia es que el instructor debe estar debidamente capacitado en la tecnología, demostrar sus habilidades para presentar la información, la forma de crear oportunidades para la interacción, el desarrollo de materiales adecuados y sobre todo el uso eficaz que realice de los medios de comunicación. Por otro lado, se investiga uso, actitud y creencias hacia el uso de la videoconferencia interactiva (VCI) en la formación docente de profesores de nivel superior (Bañuelos, 1998). Los resultados muestran que la intención y la actitud hacia el uso de la VCI es alta y favorable puesto que permite una comunicación variada; interacción visual, auditiva y verbal. Demandando para ello por parte del profesor, una buena integración de medios para lograr una comunicación fluida.

Sin embargo, en Knipe y Lee (2002) se muestra que la videoconferencia es ampliamente utilizada en la educación superior pero que la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje puede ser algunas veces más pobre que en un sistema tradicional. La mala calidad a través de videoconferencia es influenciada por la inexperiencia, mala preparación, planificación y la forma ineficaz por parte del facilitador. Aunado a esto, se ha generado un aumento en relación a problemas de organización en el uso de salas de videoconferencia, como son la coordinación del calendario de utilización, requisitos de reserva y el hecho de no contar con garantía del servicio de apoyo (Pitcher *et al.*, 2000).

Videoconferencia en CESUES

Como una estrategia para lograr los objetivos que se plantean en el modelo Educativo ENFACE implementado desde el año 2007, el Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora decide que sus docentes lleven a cabo una capacitación en diversas metodologías y técnicas de aprendizaje basadas en el marco de competencias profesionales. Para lograr capacitar a los docentes de las cinco unidades académicas simultáneamente y con un mismo grupo de instructores, deciden apoyarse en una tecnología educacional que permita hacerlo a la par sin la necesidad de desplazarlos fuera de su ciudad, considerando la optimización de tiempo y recursos.

Con tal propósito, en el mes de agosto del 2010, se lleva a cabo el equipamiento de las salas para ejecutar la videoconferencia multipunto, considerando como nodo o punto de conexión principal al área de Rectoría y como nodos receptores a cada una de las unidades académicas (San Luis Río Colorado, Hermosillo, Navojoa, Magdalena y Benito Juárez). El equipo auxiliar consta de pantallas, cámaras, y micrófonos además de una conexión a Internet robusta que permita la interconexión entre los distintos sitios. En Tabla 1 se muestran a detalle algunas especificaciones técnicas de este modelo tecnológico.

Tabla 1: Especificaciones Técnicas de la Tecnología Utilizada

Elemento	Característica
Tecnología de comunicaciones base	Protocolo H.323 sobre IP (Referencias ITU http://www.itu.int/es/Pages/default.aspx)
Codecs base	Tecnología POLYCOM sobre IP
Multi puntobase (MCU)	MGC-50 de soporte a 6 nodos IP
Red de conexión troncal	E1 (2024 KB) dedicado y conmutado de fibra a cobre
Red de conexión particular (Nodos)	ADSL de 4MB asincrono

En esta tabla se muestran algunas características técnicas del equipo instalado para el modelo de videoconferencia, tales como protocolo de comunicación, tipo de conexión así como el ancho de banda para el desarrollo de las capacitaciones en las unidades académicas.

En el caso del nodo o punto de conexión principal (Rectoría), se encuentra establecida una cámara Polycom modelo BSX7000 con micrófono integrado y con capacidad de transmitir datos de tipo contenido hacia los nodos receptores. La pantalla es de tipo plana de 60”. Para los nodos receptores de cada una de las unidades académicas, están instaladas cámaras Polycom modelo V500, pantallas planas de 42”, bocinas y micrófonos independientes. Cabe mencionar que el equipo de videoconferencia no permite la interacción directa entre sedes, por lo que se requiere la participación de un técnico dedicado a controlar la intervención de participantes de las distintas sedes a través de la conmutación del video. Este método hace posible observar la imagen del orador en las pantallas de todas las sedes. La operación de conmutación tarda un par de segundos y requiere de una cierta disciplina en el transcurso de la sesión para evitar una interminable sucesión de cambios que puede producir confusión entre los participantes.

METODOLOGÍA

El estudio se basa en dos enfoques: Se consideran, de acuerdo a Hernández, *et al* (2006) las diversas situaciones, eventos y hechos así como las relaciones existentes entre las diferentes categorías planteadas; es decir, cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno. Y, por otro lado, de acuerdo a Giroux y Tremblay (2004), se enfatiza el estudio en la conducta humana, específicamente entre las relaciones y comportamientos de los sujetos. De ahí que la metodología utilizada en la presente investigación es de tipo descriptivo y cualitativo. Las estrategias adoptadas para el proceso son un cuestionario aplicado a profesores y alumnos que utilizan la videoconferencia, una entrevista con instructores y facilitadores de la comunicación; y finalmente, mediante la observación de sesiones desarrolladas así como del área donde se establece la videoconferencia. Todas las estrategias están centradas en las preguntas de investigación para la obtención de información.

Preguntas de Investigación: Para alcanzar el objetivo del estudio se plantean las siguientes preguntas de investigación: ¿Cuál es la percepción de los participantes (instructores y receptores) de las ventajas y desventajas sobre incluir estas modalidades de comunicación educativas dentro de la institución?, ¿Se promueve el uso de nuevas tecnologías educativas en docentes y estudiantes?, ¿Se cuentan con las herramientas, aplicaciones y equipos adecuados para desarrollar con calidad el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de videoconferencia? y en definitiva ¿Cómo influye el acercamiento de estas tecnologías y la interrelación de sus factores en el proceso de enseñanza-aprendizaje?

Recolección de Datos: Se realiza un diseño descriptivo para examinar los dogmas y actitud de los receptores (docentes y estudiantes) e instructores hacia el uso de la videoconferencia en el proceso enseñanza-aprendizaje. Específicamente, se han seleccionado los métodos de observación, encuesta y entrevista semiestructurada para establecer relaciones de asociación. En primera instancia para la recolección de datos se utiliza un cuestionario diseñado para estudiantes y docentes que han recibido capacitación a través de la videoconferencia, mismo que fue elaborado para ser auto administrado por medio de la plataforma institucional Moodle, buscando esencialmente que este cuestionario aporte evidencia relacionada con el objetivo de la investigación. Por otra parte, se utiliza una entrevista diseñada específicamente para recolectar información de parte de los instructores y del responsable de que se desarrolle la videoconferencia. Dichas entrevistas se registraron en sus sitios de trabajo. Y finalmente, se llevan a cabo una serie de visitas a áreas de interconexión con el fin de observar distintos elementos pedagógicos y técnicos que intervienen durante las sesiones de videoconferencia; por ejemplo, dinámicas de trabajo, retroalimentación entre participantes, equipo instalado, característica de la sala, etc. Para tal fin, la encuesta y entrevista fueron aplicadas de noviembre de 2011 a febrero del 2012 a estudiantes del quinto semestre de la carrera de Licenciado en Sistemas Computacionales de la unidad académica Navojoa, a docentes de las cinco unidades académicas participantes del Diplomado y a instructores de los cursos a distancia. De noviembre de 2010 a diciembre de 2011, se registran las visitas a dos de las áreas establecidas para las sesiones (Rectoría y unidad académica Hermosillo). En este mismo período, se observa la información establecida en la Plataforma institucional Moodle para estos cursos en particular.

Marco Contextual: El Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora es una institución descentralizada, con personalidad jurídica y patrimonio propio. Representa el 7% de la matrícula estatal, y ha sido reconocida por lograr que el 100% de su matrícula curse programas de buena calidad. Cuenta con cinco unidades académicas ubicadas en las ciudades de San Luis Río Colorado, Hermosillo, Navojoa, Magdalena y Benito Juárez. La institución ofrece un total de 16 Licenciaturas y 5 Maestrías. Entre las Licenciaturas se encuentran: Licenciado en Administración de Empresas Turísticas (LAET), Licenciado en Comercio Internacional (LCI), Licenciado en Enseñanza del Inglés (LEI), Licenciado en Ecología (LE), Licenciado en Nutrición Humana (LNH), Ingeniero en Horticultura (IH) e Ingeniero Ambiental Industrial (IAI). Su población docente se conforma por un total de 365 docentes de tiempo completo, los cuales se encuentran en constante capacitación para mejorar los procesos de formación.

Entre los cursos de capacitación que se han otorgado en los últimos años a los docentes se encuentran los relacionados a nuevas tecnologías de la información, elementos que la componen y, sobre todo, para que conozcan cuáles son los principales aspectos que tienen que tener en cuenta a la hora de utilizarla. Por otra parte, al iniciar el período escolar 2010-2, se lleva a cabo la primera capacitación a distancia vía tecnología videoconferencia a 75 docentes de tiempo completo de las distintas unidades académicas, con el diplomado “Facilitación de los procesos de enseñanza-aprendizaje”, convirtiendo a los docentes receptores nuevamente en estudiantes. En enero del 2012 inicia la cuarta generación de capacitación en este diplomado, siendo hasta este momento un total de 230 docentes que han llevado a cabo dicha capacitación a través del sistema de videoconferencia. Cabe mencionar que esta capacitación no ha sido la primera aproximación de los docentes con este tipo de modelos a distancia ya que en el año 2001, al 50% de estos 230 profesores, se les imparte una capacitación a distancia por parte de la Asociación Nacional

de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) denominada “Tutorías para nivel Licenciatura”.

En un esfuerzo por aprovechar de manera óptima los recursos que brindan estas tecnologías de comunicación ya establecidas en la institución, en el semestre 2011-2, se ofrece por primera vez el curso a distancia de Medios y Protocolos de Comunicación a estudiantes inscritos en la carrera de Sistemas Computacionales Administrativos de la Unidad Académica Navojoa. Teniendo como sede principal a la Unidad Académica Hermosillo. En dicho curso participan un total de 36 estudiantes.

Instrumentos: Como previamente se ha dado énfasis, parte de la información del presente estudio se obtiene a través de un cuestionario aplicado tanto a estudiantes de la Licenciatura de Sistemas Computacionales como a docentes que se han capacitado en el Diplomado. El cuestionario consta de tópicos conformados con preguntas de opción múltiple y de preguntas de respuesta abierta donde los participantes pueden expresar libremente su opinión. Todas las preguntas englobando a los cuatro factores a analizar: estructural, organizacional, curricular y técnico. Se utiliza la plataforma institucional Moodle para su aplicación por ser una herramienta que ofrece flexibilidad para adecuarse a las diversas necesidades según el momento e intensidad de estudio de la población.

Las valiosas opiniones, ideas y experiencias de los instructores del diplomado “Facilitación de los procesos de enseñanza-aprendizaje” y del responsable del área de videoconferencia son captadas por medio de una entrevista dado que éstas pueden ser la mejor fuente de información cualitativa. La estructura de la entrevista está basada totalmente en preguntas (referente al tema de estudio) para respuestas abiertas que permitan a los entrevistados dar respuestas según su punto de vista. La entrevista se guía en un ambiente relajado y de confianza. Otro instrumento utilizado para la recolección de datos es la observación. Específicamente se observan las áreas donde se llevan a cabo sesiones de capacitación. Se registraron dos tipos de observaciones: observación sin intervenir en el proceso de capacitación y observación que a la vez se está en contacto con los participantes involucrados.

Participantes: Para la selección de población a investigar, se parte de la teoría “los sujetos a investigar deben ser aquellos que reúnan las características que son objeto de estudio” (Giroux y Tremblay, 2004) (Hernández, *et al.* 2006). Siendo objeto de estudio “la interacción de los distintos factores que intervienen en el modelo de videoconferencia en el proceso enseñanza-aprendizaje” se considera a docentes, estudiantes e instructores que hayan tenido la experiencia de impartir cursos o capacitarse a través del modelo de videoconferencia. Específicamente: (1) docentes que participaron y concluyeron el diplomado “Facilitación de los procesos de enseñanza-aprendizaje”; (2) estudiantes del quinto semestre que cursaron la materia de Medios y Protocolos de Comunicación; (3) instructores de la materia Medios y Protocolos de Comunicación y de los distintos módulos que integran el diplomado y (4) personal técnico y de enlace de la sede Hermosillo. Se considera una muestra no probabilística ya que la selección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación (Hernández, *et al.* 2006). De ahí que se cuenta con la participación de 73 docentes quienes están distribuidos en las cinco unidades académicas. En Tabla 2, se muestra la cantidad de docentes que participaron por centro. Por otro lado, se cuenta con la participación de 23 estudiantes que pertenecen al programa educativo de Lic. en Sistemas Computacionales Administrativos de la Unidad Académica de Navojoa. Participando todos ellos de forma voluntaria. Sin embargo, tanto instructores, personal técnico y de enlace se eligieron tomando en consideración el acceso a ellos para ejecutar la entrevista. Siendo por lo tanto una muestra heterogénea en cuanto a género, edad, especialidad y preparación académica. En la Tabla 3, se muestran las características demográficas y académicas de los docentes y estudiantes participantes.

Tabla 2: Docentes Participantes por Unidad Académica

Unidad Académica	Cantidad de Docentes por Unidad
Hermosillo (UAH)	45
San Luis Río Colorado (UASLRC)	10
Magdalena (UAM)	5
Navojoa (UAN)	4
Benito Juárez (UABJ)	9

En esta tabla se muestra la cantidad de docentes participantes en la investigación por cada una de las cinco unidades académicas, para medir cómo influyen los distintos factores que intervienen en el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de videoconferencia.

Tabla 3: Características Demográficas y Académicas de los Participantes

Características		% de Docentes	% de Estudiantes
Género	Femenino	55%	39%
	Masculino	45%	61%
Edad	19-25	1%	96%
	25-35	26%	4%
	36-45	37%	0%
	46 o más	36%	0%
Área de Programa Educativo	Sociales y administrativos	63%	0%
	Ciencias e Ingeniería	37%	100%

En esta tabla se expresan los porcentajes sobre la muestra de algunas características demográficas y académicas de los 73 docentes y 23 estudiantes que participaron en el estudio, tales como el género, edad y área del programa educativo al que pertenecen.

RESULTADOS

A continuación se provee a detalle los resultados obtenidos en cuanto a cómo influyen los factores estructurales, organizacionales, curriculares y técnicos del modelo de videoconferencia, así como la percepción de los participantes involucrados, en el proceso de enseñanza-aprendizaje. De la muestra de docentes que participaron en este estudio, el 63% son profesores adscritos a Programas Sociales-Administrativos (LAET, LCI y LEI), mientras que el 37% de los profesores corresponden al área de Ingeniería y Ciencias (LE, LNH, IH e IAI).

En Relación a Factores Estructurales

Enfocándonos en los factores estructurales, uno de los elementos claves a investigar en este ámbito es el modo de interacción que se manifiesta entre los participantes del modelo. Es importante mencionar que sólo el 46% de los docentes habían tenido previamente al menos una experiencia con este tipo de tecnologías en algún proceso de enseñanza-aprendizaje. De los cuales, el 31% de los docentes manifestaron haber tenido una buena experiencia en esa ocasión. Del 54% de docentes que no habían tenido previamente contacto con este tipo de modelo de aprendizaje, solo el 15% percibe, antes de la capacitación, que este tipo de modelo si podría permitir un ambiente adecuado para propiciar una fácil interrelación instructor-participante. No obstante, los resultados revelan que el 74% de los docentes encuestados consideran que encontraron a este medio tecnológico capaz de propiciar un buen proceso de aprendizaje por la efectiva comunicación instructor-participante, la cual fue mayor a la que concebían. El 62% de éstos se sintieron integrados y familiarizados con él, dándoles la oportunidad a realizar preguntas relacionadas con los temas desarrollados. Así mismo, el 34% de éstos manifiestan que esta interacción le ha permitido realizar un adecuado intercambio de información e ideas. Lo anterior es corroborado con algunos de los beneficios observados por el 66% de los docentes, aumento de competencias docentes y de competencias tecnológicas, tal como se muestra en la Tabla 4. En esta misma tabla, se muestran otros resultados obtenidos de acuerdo a la interacción que se presentó con el instructor del curso.

Tabla 4: Efectos Causados por la Interacción con Instructor

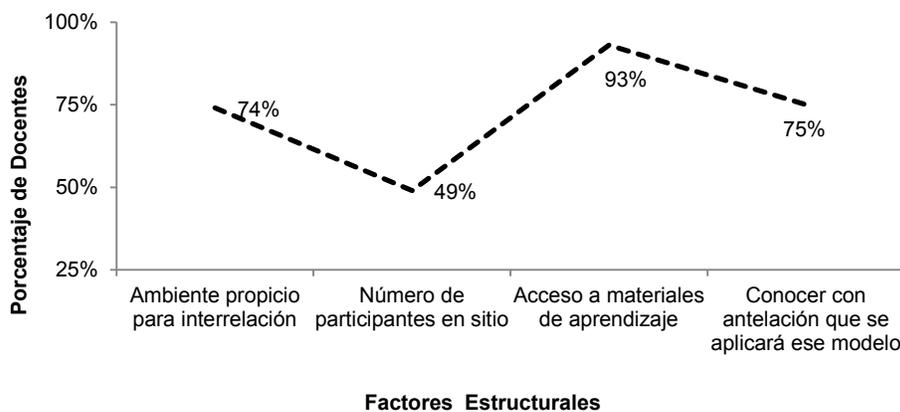
	% de Docentes	% de Estudiantes
Fácil comunicación instructor-participante	74%	26%
Mayor participación en el desarrollo de la clase	34%	13%
Mayor interés sobre la temática del curso	47%	9%
Aumento del rendimiento académico	66%	9%
Aumento en competencias tecnológicas	66%	43%
Adecuado intercambio de información e ideas	34%	9%
Difícil comunicación instructor-participante	26%	74%
Menor atención como participante en el desarrollo de la clase	13%	35%
Bajo interés sobre la temática del curso	13%	35%
Bajo rendimiento académico	0%	65%
Más actividades extra-escolares	59%	17%
Menor control de actividades de participantes	7%	30%

En esta tabla se expresan los porcentajes sobre la muestra de algunos de los efectos que se presentaron según el modo de interacción que se manifestó entre el instructor y los demás participantes del modelo de videoconferencia.

Por su parte, sólo el 8% de los estudiantes habían tenido una experiencia con este tipo de tecnologías, por lo que las expectativas sobre llevar el curso a través de este modelo se manifestó diferente a lo esperado. El 87% de los estudiantes concebían una mayor dificultad de interacción instructor-participante. Logrando al final del curso que sólo el 26% de los estudiantes se sintieran integrados y familiarizados con el sistema; reduciendo el 65% de los estudiantes su rendimiento académico y con ello la calidad del proceso de aprendizaje. En concreto, los estudiantes no se sentían cómodos preguntando a través del formato de videoconferencia. Otros efectos causados por el modo de interacción se especifican también en Tabla 4.

Así mismo, el 81% de los estudiantes y el 75% de los docentes manifestaron que es relevante conocer que llevarán este tipo de método antes de iniciar el período escolar; con el fin de asimilar con anterioridad las ventajas que proporciona y con ello lograr una mejor interacción. Este factor y otros factores considerados en este ámbito, que permiten desarrollar adecuadamente el proceso de enseñanza-aprendizaje, se muestran en la Figura 1 y Figura 2.

Figura 1: Relevancia de Factores Estructurales de Acuerdo a Docentes

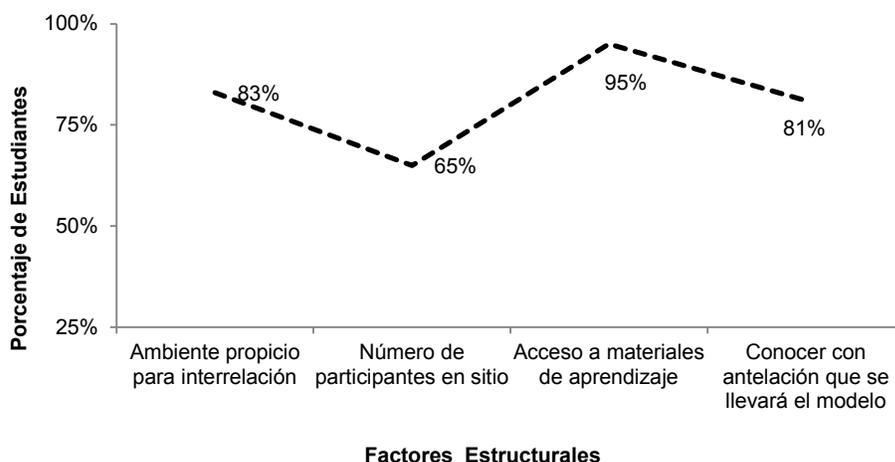


En esta figura se muestra para cada uno de los factores estructurales descritos, específicamente el porcentaje de docentes que identifican que dichos factores deben considerarse en el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de videoconferencia; con el fin de lograr la efectividad de la tecnología de comunicación en la educación.

El 49% de los docentes identifican que un elemento clave para una adecuada interacción en la videoconferencia es el relacionado con el número de participantes envueltos en ella por cada uno de los sitios; especificando como cantidad adecuada de 20 a 25 participantes no obstante que las áreas quieran ser utilizadas al máximo (dado el costo que implica el equipo), ya que un número superior tiende a

propiciar la distracción entre ellos, perdiendo el sentido del curso. De igual forma, el 65% de los estudiantes consideran que deben considerarse un máximo 25 participantes por sesión. Por otra parte, el hecho de contar con un acceso rápido y fácil del material de aprendizaje en cada una de las sesiones les ha favorecido en el proceso. El 93% de los docentes y el 95% de los estudiantes necesitaron apoyarse en el material establecido en la plataforma institucional en cada una de las sesiones, logrando con ello una mejor interpretación de la información proporcionada por el instructor.

Figura 2: Relevancia de Factores Estructurales de Acuerdo a Estudiantes



En esta figura se muestra para cada uno de los factores estructurales descritos, específicamente el porcentaje de estudiantes que identifican que dichos factores deben considerarse en el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de videoconferencia; con el fin de lograr la efectividad de la tecnología de comunicación en la educación.

Desde el punto de vista de los instructores del diplomado, el modo de interacción más adecuado se registra cuando se realiza la videoconferencia pura. Es decir, para ellos resulta más difícil trabajar con dos modalidades diferentes, interactuar con un grupo a través de videoconferencia al mismo tiempo que tienen uno presencial.

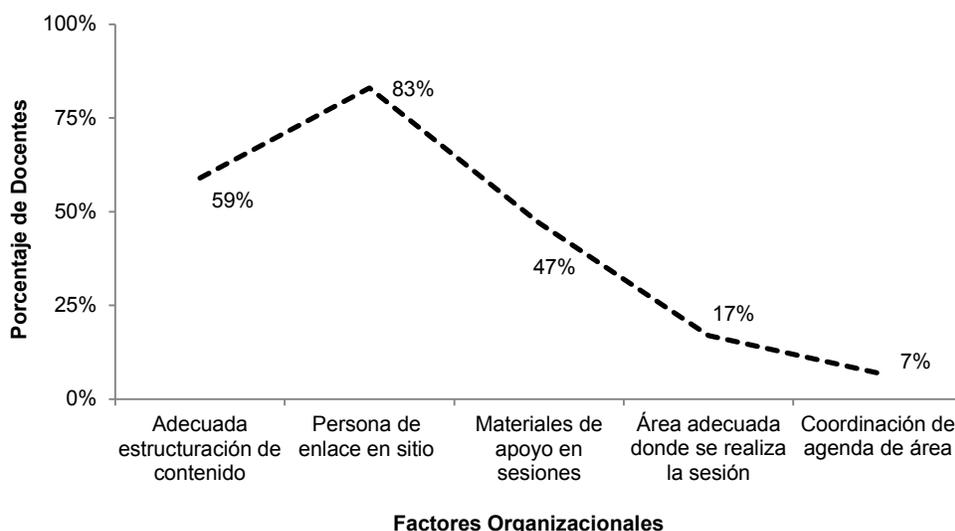
En Relación a Factores Organizacionales

En este enfoque, tal como se muestra en Figura 4, los resultados revelaron que el 90% de los estudiantes participantes y el instructor del curso manifestaron que el proceso de aprendizaje se vio grandemente afectado por la mala coordinación de la agenda del área habilitada para las sesiones de videoconferencia. Afectándoles específicamente a ellos el hecho de encontrar reservada la sala a la misma hora de la clase, para otras actividades no relacionadas con ésta. No obstante, el 48% de los estudiantes determinan que la buena calidad de videoconferencia, cuando si se llevaron las sesiones, estuvo influenciada por la adecuada estructuración de contenido del curso. En este mismo sentido, el 59% de los docentes participantes del diplomado han determinado que cuando no se efectúa una estructura del curso adecuadamente para el tiempo estipulado de las sesiones, se incrementan considerablemente las actividades extra-escolares, desmotivándolos a llevar capacitación a través de este medio.

Por otro lado, el 83% de los docentes participantes en el diplomado, el 86% de los estudiantes e instructores han considerado que la participación de un enlace en los sitios de recepción de la comunicación es un elemento clave para el desarrollo de la sesión ya que permite un mejor control de participantes e intercambio de otros materiales o documentos necesarios para la conducción de los temas.

Estos resultados se muestran en Figura 3 y Figura 4. Así mismo, el hecho de preparar y utilizar distintos materiales de apoyo durante las sesiones que despierten la atención y motiven hacia el tema que se está tratando, se hace imprescindible para el 47% de los docentes encuestados, ya que este hecho ha atenuado en forma positiva el interés sobre la temática del curso y ha permitido que un 34% tenga mayor participación en el desarrollo de la clase. Mientras que el 13% de los docentes manifestaron que las narraciones de algunos de los instructores eran demasiadas monótonas y algunos materiales de video no se escuchaban correctamente, propiciando distracción y en definitiva reduciendo con ello su interés en la clase. El 17% de los docentes participantes no creen tener éxito al impartir un curso a través de esta modalidad debido a que después de esta experiencia identifican que no sólo el instructor debe ser consciente de su papel de comunicador y transmisor de la información sino que además debe ser capaz de evitar decaer la atención del receptor, propiciar la participación a pesar de la distancia, cuidar detalles de posición ante la cámara, la voz (debe ser firme y clara) y demás detalles técnicos que normalmente no son utilizados en el método tradicional. Siendo la videoconferencia para estos docente una vía de interacción más complicada que los sistemas tradicionales de educación.

Figura 3: Relevancia de Factores Organizacionales de Acuerdo a Docentes



En esta figura se muestra para cada uno de los factores organizacionales descritos, específicamente el porcentaje de docentes que identifican que dichos factores deben considerarse en el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de videoconferencia; con el fin de lograr la efectividad de la tecnología de comunicación en la educación.

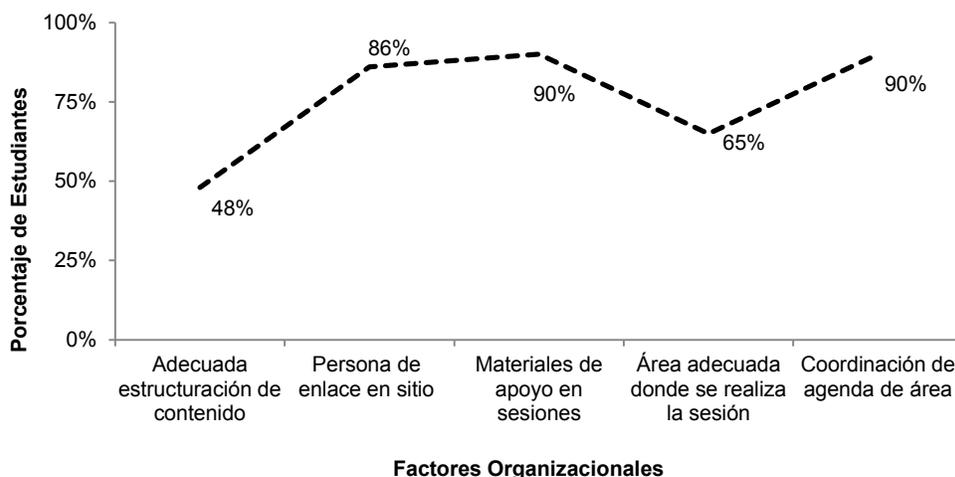
De acuerdo a los instructores, estos especifican que para lograr tener éxito deben ser capaces de poder planear, organizar y controlar un curso a través de este medio antes de iniciar con él. Además, que una reducción en la calidad del proceso se registra cuando existe una mala coordinación de actividades entre la persona que funge como enlace del sitio y el instructor. Factor que se registra por el cambio de enlace, perdiendo con ello la continuidad de comunicación. Otro elemento fundamental que han considerado, específicamente para el control de los participantes, es el hecho de contar con ayudantes especializados en el tema en cada sitio receptor; de esta manera se logrará resolver rápidamente dudas y hacer una mejor retroalimentación. Es decir, considerar al instructor como el conferencista magistral apoyado de ayudantes calificados.

En Relación a Factores Curriculares

Respecto a este factor, los resultados mostrados en Figura 5 y Figura 6 indican que el 65% de los docentes participantes y el 90% de los estudiantes determinan que es relevante estar familiarizados con las nuevas

competencias tecnológicas del sistema de videoconferencia a utilizar antes de considerar ser instructores a través de este modelo; y así crear oportunidades para una mejor interacción con los estudiantes, ya que una inexperiencia en relación al equipo propiciaría un uso ineficaz de la tecnología. Aunado a esto, el 20% de los docentes y el 74% de los estudiantes indican que no sólo debe estar el instructor debidamente capacitado en la tecnología de videoconferencia si no también demostrar habilidades para presentar la información a través de distintos medios. Un aspecto que se denota en los resultados es el grado en que las sesiones otorgadas fueron adecuadas tomando en consideración el currículo del curso. El 59% de los docentes participantes están de acuerdo con la información proporcionada en las sesiones pero en desacuerdo en relación a como fueron adaptadas al tiempo estipulado de ellas.

Figura 4: Relevancia de Factores Organizacionales de Acuerdo a Estudiantes

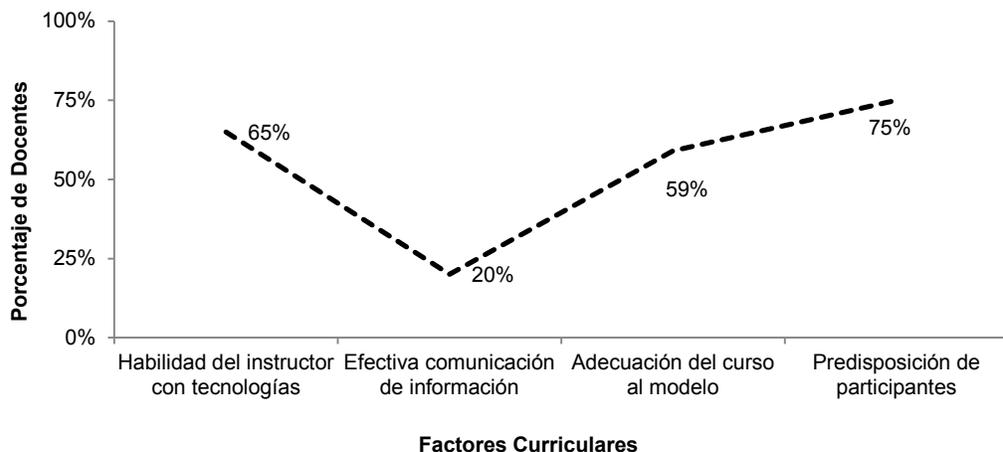


En esta figura se muestra para cada uno de los factores organizacionales descritos, específicamente el porcentaje de estudiantes que identifican que dichos factores deben considerarse en el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de videoconferencia; con el fin de lograr la efectividad de la tecnología de comunicación en la educación.

El 73% de los docentes participantes consideran que este tipo de modalidad si es apto para cursos con temas tanto teóricos como prácticos. En cambio, solo el 35% de los estudiantes están de acuerdo con ello. Sin embargo, el 53% de los docentes hacen hincapié que tiende a ser más favorable para cursos del área de conocimiento sociales-administrativos. Desde el punto de vista de instructores, se manifiesta que los receptores de la información no sólo deben estar familiarizados con las tecnologías, sino que éstos deben estar realmente inmersos y de acuerdo con el modelo educativo para que pueda funcionar el proceso de aprendizaje.

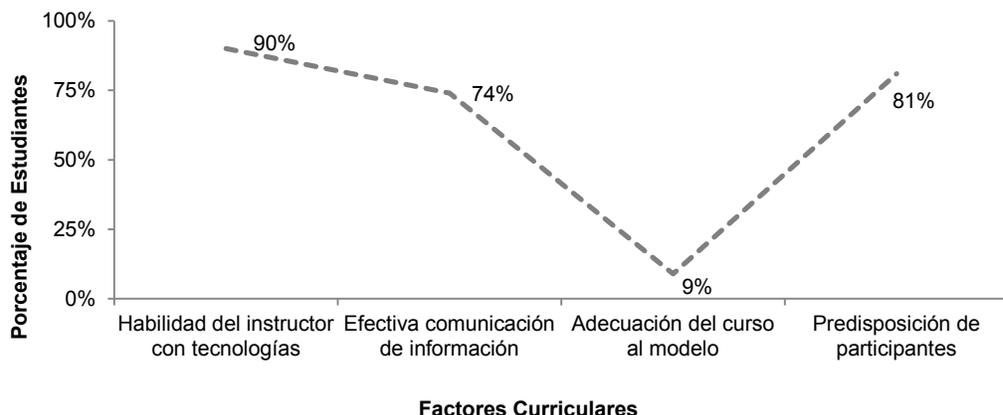
Clasificando a sus receptores en cuatro categorías: los que están de acuerdo con el modelo educativo, los que no están de acuerdo con el modelo educativo, los que les gustan las tecnologías y aquellos que no les gusta interactuar con ella. Insistiendo que el problema es la actitud de los participante y aceptación del modelo no sólo de las tecnologías utilizadas, aunque les falten habilidades para ellas. Además de tener influencia en el proceso, el enfoque didáctico que emplean los participantes. En relación a qué contextos debe aplicarse esta modalidad, los instructores concuerdan que a toda área del conocimiento, las cuales ya empiezan a migrar a estos modelos. Sin duda los paradigmas de la educación tradicional son los mayores desafíos a los que se enfrentan los instructores en esta modalidad.

Figura 5: Relevancia de Factores Curriculares de Acuerdo a Docentes



En esta figura se muestra para cada uno de los factores curriculares descritos, específicamente el porcentaje de docentes que identifican que dichos factores deben considerarse en el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de videoconferencia; con el fin de lograr la efectividad de la tecnología de comunicación en la educación.

Figura 6: Relevancia de Factores Curriculares de Acuerdo a Estudiantes



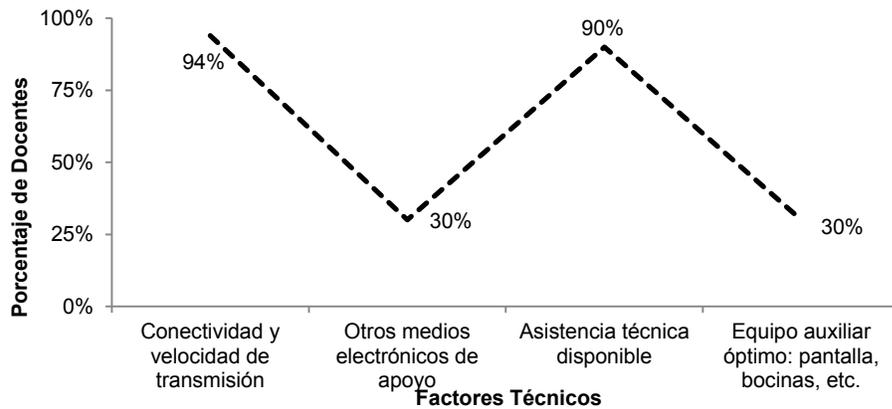
En esta figura se muestra para cada uno de los factores curriculares descritos, específicamente el porcentaje de estudiantes que identifican que dichos factores deben considerarse en el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de videoconferencia; con el fin de lograr la efectividad de la tecnología de comunicación en la educación.

En Relación a Factores Técnicos

En este sentido, el 6% de los docentes encuestados observaron que la dinámica de la sesión fue interrumpida por dificultades técnicas desconocidas para ellos, reduciendo el tiempo establecido para el aprendizaje. No obstante, la eficiencia de la videoconferencia no sólo puede verse afectada por este hecho, tal como se visualiza en la Figura 7 y Figura 8, el 30% de los docentes y el 78% de los estudiantes creen que esta modalidad será una buena opción siempre y cuando las características del equipo auxiliar también sean óptimas. Es decir, manifestaron que el tamaño de los monitores no permitía que algunos docentes, que se encontraban más distantes al equipo, observaran claramente el contenido de ciertos materiales como presentaciones o videos con subtítulos; requiriendo otro tipo de pantallas y cámaras que permitan video más legible para ello y para ver el trabajo de otras sedes participantes. De igual forma, es

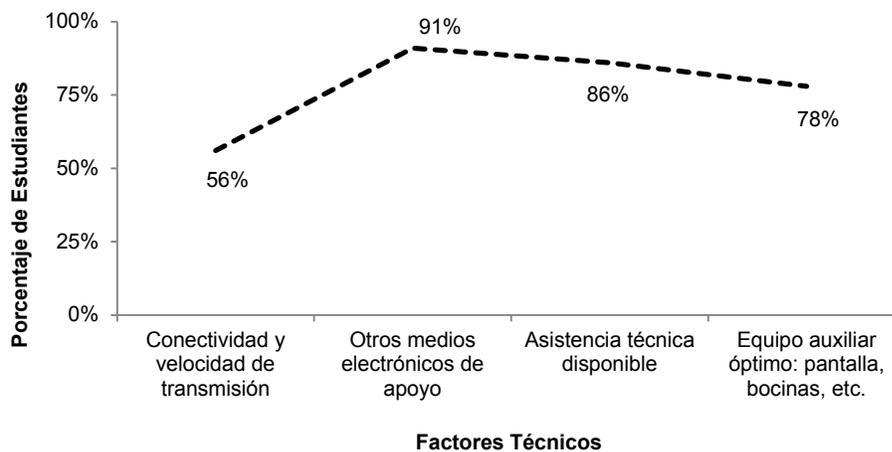
relevante contar con un asistente técnico disponible para resolver los problemas que se presenten en este ámbito. Por otro lado, el 91% de los estudiantes del curso especifican que el instructor ajustó su forma de enseñar (para ser visto y oído) a la tecnología establecida en la sala de la unidad académica Hermosillo. A pesar de ello, confirman que el instructor requiere tenga a su alcance otro medio electrónico con el que pueda manipular directamente el material que está siendo proyectado, con el fin de alcanzar una mayor comprensión específicamente de los temas prácticos. En este mismo tenor, el instructor manifiesta que es importante contar adicionalmente con un pizarrón interactivo que es muy efectivo para ejemplificar a detalle algunos temas prácticos y mantener la atención de los estudiantes. Aunque este problema también se presentó en algunas sesiones con los docentes, no impactó al proceso de aprendizaje debido a que cuentan con otro tipo de recursos instalados en el sitio de Rectoría.

Figura 7: Relevancia de Factores Técnicos de Acuerdo a Docentes



En esta figura se muestra para cada uno de los factores técnicos descritos, específicamente el porcentaje de docentes que identifican que dichos factores deben considerarse en el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de videoconferencia; con el fin de lograr la efectividad de la tecnología de comunicación en la educación.

Figura 8: Relevancia de Factores Técnicos de Acuerdo a Estudiantes



En esta figura se muestra para cada uno de los factores técnicos descritos, específicamente el porcentaje de estudiantes que identifican que dichos factores deben considerarse en el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de videoconferencia; con el fin de lograr la efectividad de la tecnología de comunicación en la educación.

Aunado a esto, el 56% de los estudiantes consideraron como una limitante para el desarrollo óptimo la conectividad y velocidad de transmisión de datos en la red, otorgada específicamente al inicio del primer diplomado. La carga de usuarios que hacían uso de la red en la institución a la hora de las sesiones no

permitía el desarrollo adecuado. De acuerdo a los instructores, estos problemas técnicos generaron muchas especulaciones, variables que interfirieron en el proceso de aprendizaje. No obstante, todo fue solucionado en las siguientes sesiones al incrementar el ancho de banda y establecer un servidor dedicado para la videoconferencia. El análisis anterior de la investigación confirma que tratar de proveer un ambiente virtual que permita la mayor interacción instructor-participante y transmisión de conocimientos a través de la videoconferencia, depende también altamente del adecuado establecimiento de factores estructurales, organizacionales y curriculares, en adición a los factores técnicos. De acuerdo a los resultados expuestos, se ha observado claramente que la inapropiada coordinación de la agenda del área habilitada para las sesiones de videoconferencia (factor organizacional) y un inadecuado ambiente para la interrelación instructor-participante (factor estructural) fueron algunos de los factores que más propiciaron a que los estudiantes de la unidad académica Navojoa tuvieran un bajo interés en el curso y por ende, repercutir grandemente para un bajo rendimiento en el proceso de aprendizaje; y no concurren precisamente factores técnicos como normalmente se supone. Contrario a esto, se visualizó que el buen ambiente para la interrelación y el acceso adecuado a materiales de apoyo (factores estructurales) así como una persona de enlace en el sitio (factor organizacional), entre otros elementos no técnicos que se presentaron durante la capacitación a docentes, son los que favorecieron para que se obtuvieran resultados positivos en el proceso de enseñanza- aprendizaje, sin importar algunos problemas técnicos suscitados en ciertas sesiones.

CONCLUSIONES

La investigación se ha realizado con el fin de examinar la interacción de cuatro distintos factores que intervienen en el modelo de videoconferencia y cómo influyen éstos en el proceso enseñanza-aprendizaje, específicamente en el marco del modelo educativo ENFACE del Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora (CESUES). Los resultados extraídos han dado a conocer que la efectividad de esta tecnología de comunicación en la educación si está altamente influenciada por la interrelación de los factores estructurales, organizacionales, curriculares y técnicos. Es posible obtener resultados positivos en el proceso de enseñanza-aprendizaje, solo se requiere contar con los elementos adecuados para lograrlo. Antes de llevar la capacitación a través de este medio, solo un bajo porcentaje de participantes percibían las ventajas de este modelo de comunicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Sin embargo después de la capacitación, se incrementa el porcentaje de participantes que se sienten integrados y familiarizados con el medio, manifestando que no tienen ninguna dificultad de comunicación con el instructor pese a la distancia física entre ellos.

Los participantes (tanto docentes como estudiantes) corroboraron una serie de elementos requeridos para que se desarrolle con calidad el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de videoconferencia. Entre los factores estructurales se citan el modo de interacción entre participantes e instructor, la cantidad de participantes por sala, así como el acceso rápido y fácil del material de aprendizaje en cada una de las sesiones. Con respecto a los factores organizacionales se ha especificado la necesidad de una buena coordinación del uso del área habilitada para las sesiones de videoconferencia, estructuración adecuada del contenido del curso en las sesiones, la participación de un enlace en los sitios de recepción de la comunicación que facilite el proceso, la preparación y utilización de distintos materiales de apoyo durante las sesiones que despierten la atención y motiven a los participantes, y sobre todo, la capacidad de los instructores de planear, organizar y controlar un curso a través de este medio antes de iniciar con él.

En cuanto al factor curricular, es de suma importancia que el instructor esté debidamente capacitado en la tecnología de videoconferencia y en habilidades para presentar la información a través de distintos medios. Y finalmente en relación al factor técnico, se ha comprobado que la experiencia de los cursos a través de la videoconferencia es mejor si las conexiones, herramientas y accesorios utilizados son más especializados. Contando además, con la existencia de personal técnico y de enlace que proporcione soporte en cada una de las sesiones, específicamente para solventar los problemas que pudiesen dañar el ambiente propicio para el aprendizaje. En definitiva, este trabajo a diferencia de otras investigaciones, aporta elementos que confirman que para desarrollar con calidad el proceso enseñanza-aprendizaje de un modelo educativo a través de videoconferencia, además del factor técnico se dependerá de la contribución

de otros distintos factores involucrados en el medio tecnológico. Dando a conocer que es importante que las instituciones educativas redoblen esfuerzos al utilizar este medio, no solo se deben centrar meramente en la transmisión de la información sino que además deben considerar todo el marco en el que se desarrolla el proceso de comunicación educativa.

Limitaciones

El estudio se realiza sólo con docentes y estudiantes que previamente hayan tenido la experiencia de alguna capacitación a través de videoconferencia, por lo cual no se examinan las expectativas que puedan tener con respecto a esta tecnología de comunicación otros miembros de la institución.

Implicaciones Para Futuras Investigaciones

Se considera profundizar el estudio en relación a cuál de los métodos y herramientas a distancia utilizadas en la institución y por utilizar en el próximo ciclo escolar (videoconferencia, plataformas virtuales, etc.) tienen mayor grado de impacto favorable en el proceso de enseñanza-aprendizaje bajo el modelo educativo ENFACE. Tomando en consideración para ello, grado de apoyo en los cursos así como los distintos recursos utilizados.

ANEXOS

A continuación se presenta el cuestionario que fue aplicado en este estudio. El cuestionario consta de tópicos conformados con preguntas de opción múltiple y preguntas de respuesta abierta donde los participantes pueden expresar libremente su opinión.

Anexo 1: Cuestionario

Instrucciones: Responde el cuestionario seleccionando las opciones más adecuadas o bien, respondiendo las preguntas abiertas. Recuerda que la información aquí recabada es totalmente confidencial.

Programa Educativo al que corresponde: _____ **Edad:** _____

1.- ¿Cuántos cursos adicionales a éste has llevado a través de la modalidad de videoconferencia?

_____ Ninguno _____ Solo uno _____ Dos o más de dos

2.- Si ya habías llevado cursos a través de Videoconferencia ¿Tu experiencia en esos cursos fue favorable para la adquisición de competencias académicas o profesionales?

_____ Si _____ No

3.- Si No habías llevado cursos a través de Videoconferencia ¿Qué expectativas se generaron al momento de saber que se llevaría éste por medio de videoconferencia?

_____ Fácil comunicación instructor-participante	_____ Dificultad de comunicación instructor-participante
_____ Mayor participación como participante en el desarrollo de la clase	_____ Menor atención como participante en el desarrollo de la clase
_____ Mayor Interés sobre el curso	_____ Bajo interés sobre el curso
_____ Aumento en competencias académicas o docentes	_____ Aumento de competencias tecnológicas
_____ Ninguna	_____ Otra: _____

4.-En base a tu experiencia con este curso, ¿Qué particulares se han propiciado con el modo de interacción con el instructor a través de la modalidad de videoconferencia?

_____ Fácil comunicación instructor-participante	_____ Difícil comunicación instructor-participante
_____ Mayor participación en el desarrollo de la clase	_____ Menor atención como participante en el desarrollo de la clase
_____ Mayor interés sobre la temática del curso	_____ Bajo interés sobre la temática del curso
_____ Aumento del rendimiento académico	_____ Bajo rendimiento académico
_____ Adecuado intercambio de información e ideas	_____ Más actividades extra-escolares
_____ Aumento en competencias tecnológicas	_____ Menor control de actividades de participantes
_____ Otro: _____	

5.- ¿Te sentiste integrado y familiarizado con el proceso a través de videoconferencia?

_____ Si. ¿Por qué? _____ No ¿Por qué? _____

6.- ¿Crees relevante conocer que llevarás la clase a través del modelo de videoconferencia antes de inscribirte a ella?

_____ Si. ¿Por qué? _____ No ¿Por qué? _____

7.- ¿Te sentiste cómodo de realizar preguntas a través de la videoconferencia?

_____ Si. ¿Por qué? _____ No ¿Por qué? _____

8.- ¿Qué número de alumnos consideras adecuado para impartir o tomar clases en esta modalidad?

_____ ¿Por qué consideras esa cantidad?

9.- ¿Qué instrumentos o técnicas fueron necesarios utilizar adicionalmente a la videoconferencia para lograr adecuadamente el proceso Enseñanza-Aprendizaje en el curso?

_____ Foros de plataforma	_____ Documentos en plataforma
_____ Correo electrónico	_____ Enlaces a páginas web
_____ Otras herramientas de plataforma	_____ Otro: _____

10.- ¿Qué factores consideras afectaron al proceso de enseñanza-aprendizaje a través de esta modalidad?

_____ Incorrecta coordinación de tiempo entre grupos	_____ Inadecuada estructuración del contenido del curso para el modelo
_____ Equivocada utilización de tecnologías por parte del instructor	_____ Ineficiente utilización del tiempo para actividades del curso
_____ Inefectiva comunicación de información por parte del instructor	_____ Mala Actitud de participantes
_____ Inadecuada el área donde se llevan a cabo las sesiones: tamaño, iluminación, mobiliario, etc.	_____ No contar con personal de enlace en la sede que apoye al instructor con los participantes
_____ Características de equipo auxiliar: pantalla, bocinas, etc.	_____ Problemas técnicos
_____ No contar con material de apoyo a la video conferencia	_____ Otra: _____

11.- ¿De qué manera crees que estos factores afectaron al proceso?

12.- ¿Qué factores crees que permitieron desarrollar adecuadamente el proceso educativo con videoconferencia?

_____ Buena coordinación de tiempo entre grupos	_____ Adecuada estructuración del contenido del curso para este modelo
_____ La habilidad para utilizar las tecnologías de parte del instructor	_____ Adecuada utilización del tiempo para actividades del curso
_____ Efectiva comunicación de información por parte del instructor	_____ Predisposición adecuada de participantes al curso
_____ Adecuada el área donde se llevan a cabo las sesiones: tamaño, iluminación, mobiliario, etc.	_____ Asistencia técnica constante en las sedes
_____ Características de equipo auxiliar: pantalla, bocinas, etc.	_____ Personal de enlace en la sede que apoye al instructor con los participantes
_____ Acceso a material de apoyo a la video conferencia	_____ Otra: _____

13.- ¿De qué manera crees que estos factores favorecieron al proceso?

14.- ¿En qué contextos crees sea más apropiado establecer la modalidad de videoconferencia?

_____ Curso totalmente teórico	_____ Curso teórico-práctico
_____ Curso de área de conocimiento ciencias e ingeniería	_____ Curso de área de conocimiento sociales-administrativos

15.- ¿Te gustaría seguir utilizando esta modalidad en otros cursos durante tu trayectoria académica?

_____ Si. ¿Por qué? _____	_____ No ¿Por qué? _____
---------------------------	--------------------------

16.- ¿Te gustaría ser facilitador en esta modalidad?

_____ Si. ¿Por qué? _____	_____ No ¿Por qué? _____
---------------------------	--------------------------

17.- ¿Qué otros recursos serían convenientes incluir para mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje en esta modalidad?

REFERENCIAS

Bañuelos, A. (1998). *El uso de la videoconferencia interactiva en la formación docente a distancia: actitudes y creencias*. Recuperado el 15 de diciembre de 2011 de Web site:

<http://mail.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/handle/123456789/280>

Castañeda, L., Scott, P. y Quick, P. (2008). Colaboración en red a través de videoconferencia: una experiencia no formal. *Revista de medios y educación*. No. 31, pp. 101-120.

Carville, S. and Mitchell, D.R. (2000). It's a bit like Star Trek: the effectiveness of video conferencing innovations. *Education and training International*, 37, pp. 42-49.

Creighton, J.L. and Adams, J.W.R. (1998). *CyberMeeting*. New York: American Management Association.

Doggett, A.M. (2008). The videoconference classroom: What do students think? *Journal of Industrial Teacher Education*, 44(4), pp. 29-41.

Furst-Bowe, J. A. (1997). Comparison of student reactions in traditional and videoconferencing courses in training and development. *International Journal of Instructional Media*, 24, (3), pp. 197-206.

Giroux, S. y Tremblay, G. (2004). *Metodología de las Ciencias Humanas*. Fondo de Cultura Económica (pp. 17 - 64). México, D.F.

Hernández, S., R., Fernández C., C. y Baptista L., P. (2006) (4ª. ed.). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

Kendall, J.R. and Oaks, M. (1992). Evaluation of perceived teaching effectiveness: course delivery via interactive video technology versus tradition classroom methods. *Deosnews*, 2 (5).

Knipe, D. and Lee M. (2002). The quality of teaching and learning via videoconferencing. *British Journal of Educational Technology*, 33 (3) pp. 301-312.

Lawson T. and Comber C. (2010). Videoconferencing in English schools: one technology, many pedagogies?, *Technology, Pedagogy and Education*, 19:3, pp. 315-326.
<http://dx.doi.org/10.1080/1475939X.2010.513764>

Lupion, T. P. y Rama, C. (2010). *La Educación Superior a Distancia en América Latina y el Caribe: Realidades y Tendencias*. Editora Unisul.

Pitcher, N., Davidson, K., & Goldfinch, J. (2000). Videoconferencing in higher education. *Innovations in Education and training International*, 37 (3), pp. 199-209.

Vega, G.R. (2005). La educación a distancia en México: Transformaciones y retos. *Revista de la educación superior*, Vol. XXXIV (33), pp. 79-86.

BIOGRAFÍA

Erika Patricia Alvarez Flores.-Posee el título de Ingeniero Industrial en Electrónica por el Instituto Tecnológico de Hermosillo y el grado de Doctor en Tecnologías Multimedia por la Universidad de Granada, España. Actualmente es Profesora Titular en CESUES, Unidad Académica Hermosillo, Ley Federal del Trabajo S/N Col. Apolo. Sonora, México. Correo: erika.alvarez@cesues.edu.mx.

Reyna Ochoa Landín.- Se titula como Ingeniera Industrial y de Sistemas y obtiene el grado de Maestra en Administración, ambos por la Universidad de Sonora. Actualmente es profesora investigadora de tiempo completo en CESUES, Unidad Académica Hermosillo, Ley Federal del Trabajo S/N Col. Apolo. Sonora, México. Correo: reyna.ochoa@cesues.edu.mx.

Lilián Ivetthe Salado Rodríguez.- Realizó estudios profesionales de Ingeniería en Sistemas Computacionales en el Instituto Tecnológico de Hermosillo. Se titula como Maestra en Tecnología Educativa por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Actualmente es profesora investigadora de tiempo completo en CESUES, Unidad Académica Hermosillo, Ley Federal del Trabajo S/N Col. Apolo. Sonora, México. Correo: lilian.salado@cesues.edu.mx.

Rafael Armando Soto Bernal.- Egresado de Ingeniería en Sistemas Computacionales en el Instituto Tecnológico de Hermosillo. Se titula como Maestro en consultoría Interna y Externa y como Maestro en Dirección de Organizaciones del Conocimiento en ISEI. Actualmente es director y fundador de la empresa Edesarrollos, que se especializa en tecnologías de E-Learning, Calle Sahuaripa #197 Col. Prados del Centenario. Sonora, México. Correo:rsotobernal@edesarrollos.com.

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 Abereijo, Obafemi Awolowo University
Naser Abughazaleh, Gulf University for Science and Technology
Nsiah Acheampong, University of Phoenix
Vera Adamchik, University of Houston-Victoria
Iyabo Adeoye, National Horticultural Research Institute, Ibadan, Nigeria.
Michael Adusei, Kwame Nkrumah University Of Science And Technology
Mohd Ajlouni, Yarmouk University
Sylvester Akinbuli, University Of Lagos
Anthony Akinlo, Obafemi Awolowo University
Yousuf Al-Busaidi, Sultan Qaboos University
Khaled Aljaaidi, Universiti Utara Malaysia
Hussein Al-tamimi, University of Sharjah
Paulo Alves, CMVM, ISCAL and Lusofona University
Ghazi Al-weshah, Albalqa Applied University
Glyn Atwal, Groupe Ecole Supérieure de Commerce de Rennes
Fabiola Baltar, Universidad Nacional de Mar del Plata
Samar Baqer, Kuwait University College of Business Administration
Susan C. Baxter, Bethune-Cookman College
Nagib Bayoud, Tripoli University
Ahmet Bayraktar, Rutgers University
Myrna Berrios, Modern Hairstyling Institute
Kyle Brink, Western Michigan University
Karel Bruna, University of Economics-Prague
Priyashni Chand, University of the South Pacific
Yahn-shir Chen, National Yunlin University of Science and Technology, Taiwan
Wan-Ju Chen, Diwan College of Management
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
Leonel Di Camillo, Universidad Austral
Steven Dunn, University of Wisconsin Oshkosh
Mahmoud Elgamal, College of Business Administration - Kuwait University
Esther Enriquez, Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez
Ernesto Escobedo, Business Offices of Dr. Escobedo
Zaifeng Fan, University of Wisconsin whitewater
Olga Ferraro, University of Calabria
William Francisco, Austin Peay State University
Carmen Galve-górriz, Universidad de Zaragoza
Blanca Rosa Garcia Rivera, Universidad 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
Shahriar Hasan, Thompson Rivers University
Zulkifli Hasan, Islamic University College of Malaysia
Peng He, Investment Technology Group
Niall Hegarty, St. Johns University
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
Jui-ying Hung, Chatoyang University of Technology
Fazeena Hussain, University of the South Pacific
Shilpa Iyanna, Abu Dhabi University
Sakshi Jain, University of Delhi
Raja Saquib Yusaf Janjua, CIIT
Tejendra N. Kalia, Worcester State College
Gary Keller, Eastern Oregon University
Ann Kelley, Providence college
Ann Galligan Kelley, Providence College
Ifraz Khan, University of the South Pacific
Halil Kiymaz, Rollins College
Susan Kowalewski, DYouville College
Bamini Kpd Balakrishnan, Universiti Malaysia Sabah
Bohumil Král, University of Economics-Prague
Jan Kruger, Unisa School for Business Leadership
Christopher B. Kummer, Webster University-Vienna
Mei-mei Kuo, JinWen University of Science & Technology
Mary Layfield Ledbetter, Nova Southeastern University
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
Melissa Lotter, Tshwane University of Technology
Xin (Robert) Luo, Virginia State University
Andy Lynch, Southern New Hampshire University
Eduardo Macias-negrete, Instituto Tecnológico de Ciudad Juarez
Abeer Mahrous, Cairo university
Gladys Marquez-Navarro, Saint Louis University
Jesús Apolinar Martínez Puebla, Universidad Autónoma De Tamaulipas
Cheryl G. Max, IBM
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
Avi Messica, Holon Institute of Technology
Scott Miller, Pepperdine University
Cameron Montgomery, Delta State University
Sandip Mukherji, Howard University
Tony Mutsue, Iowa Wesleyan College
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
Dennis Olson, Thompson Rivers University
Godwin Onyeaso, Shorter University
Bilge Kagan Ozdemir, Anadolu University
Dawn H. Percy, Eastern Michigan University
Eloisa Perez, MacEwan University
Iñaki Perriñez, 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
Matthew T. Royle, Valdosta State University
Tatsiana N. Rybak, Belarusian State Economic 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, Benemerita Universidad Autonoma De Puebla
Smita Mayuresh Sovani, Pune University
Alexandru Stancu, University of Geneva and IATA (International Air Transport Association)
Jiří Strouhal, University of Economics-Prague
Vichet Sum, University of Maryland -- Eastern Shore
Qian Sun, Kutztown University
Diah Suryaningrum, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jatim
James Tanoos, Saint Mary-of-the-Woods College
Jeannemarie Thorpe, Southern NH University
Ramona Toma, Lucian Blaga University of Sibiu-Romania
Jorge Torres-Zorrilla, Pontificia Universidad Católica del Perú
William Trainor, East Tennessee State University
Md Hamid Uddin, University Of Sharjah
Ozge Uygur, Rowan University
K.W. VanVuren, The University of Tennessee – Martin
Vijay Vishwakarma, St. Francis Xavier University
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
Bingqing Yin, University of Kansas
Yu , Louisiana State University

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

Carlos Alberto Cano Plata, Universidad De Bogotá Jorge Tadeo Lozano

Alberto Cardenas, Instituto Tecnológico De Cd. Juarez

Edyamira Cardozo, Universidad Nacional Experimental De Guayana

Sheila Nora Katia Carrillo Incháustegui, Universidad Peruana Cayetano Heredia

Emma Casas Medina, Centro De Estudios Superiores Del Estado De Sonora

Benjamín Castillo Osorio, Universidad Cooperativa De Colombia Y Universidad De Córdoba

Benjamin Castillo Osorio, Universidad Del Sinú-Sede Montería

María Antonia Cervilla De Olivieri, Universidad Simón Bolívar

Cipriano Domingo Coronado García, Universidad Autónoma De Baja California

Semei Leopoldo Coronado Ramírez, Universidad De Guadalajara

Esther Eduvigés Corral Quintero, Universidad Autónoma De Baja California

Dorie Cruz Ramirez, Universidad Autonoma Del Estado De Hidalgo /Esc. Superior De Cd. Sahagún

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 Tafiira

Hilario Díaz Guzmán, Universidad Popular Autónoma Del Estado De Puebla

Cesar Amador Díaz Pelayo, Universidad De Guadalajara, Centro Universitario Costa Sur

Avilés Elizabeth, CICESE

Ernesto Geovani Figueroa González, Universidad Juárez Del Estado De Durango

Ernesto Geovani Figueroa González, Universidad Juárez Del Estado De Durango

Carlos Fong Reynoso, Universidad De Guadalajara

Ana Karen Fraire, Universidad De Guadalajara

Teresa García López, Instituto De Investigaciones Y Estudios Superiores De Las Ciencias Administrativas

Helbert Eli Gazca Santos, Instituto Tecnológico De Mérida

Denisse Gómez Bañuelos, CESUES

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

Alejandro Hernández Trasobares, Universidad De Zaragoza

Alma Delia Inda, Universidad Autonoma Del Estado De Baja California

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

Santiago León Ch., Universidad Marítima Del Caribe

Graciela López Méndez, Universidad De Guadalajara-Jalisco

Virginia Guadalupe López Torres, Universidad Autónoma De Baja California

Angel Machorro Rodríguez, Instituto Tecnológico De Orizaba

Cruz Elda Macias Teran, Universidad Autonoma De Baja California

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

Jesus Carlos Martinez Ruiz, Universidad Autonoma De Chihuahua

Alaitz Mendizabal, Universidad Del País Vasco
Alaitz Mendizabal Zubeldia, Universidad Del País Vasco/
Euskal Herriko Unibertsitatea
Fidel Antonio Mendoza Shaw, Universidad Estatal De
Sonora
Juan Nicolás Montoya Monsalve, Universidad Nacional De
Colombia-Manizales
Jennifer Mul Encalada, Universidad Autónoma De Yucatán
Alberto Elías Muñoz Santiago, Fundación Universidad Del
Norte
Bertha Guadalupe Ojeda García, Universidad Estatal De
Sonora
Erika Olivas, Universidad Estatal De Sonora
Erick Orozco, Universidad Simon Bolivar
José Manuel Osorio Atondo, Centro De Estudios
Superiores Del Estado De Sonora
Luz Stella Pemberthy Gallo, Universidad Del Cauca
Andres Pereyra Chan, Instituto Tecnológico De Merida
Andres Pereyra Chan, Instituto Tecnológico De Merida
Adrialy Perez, Universidad Estatal De Sonora
Adrialy Perez, Universidad Estatal De Sonora
Hector Priego Huertas, Universidad De Colima
Juan Carlos Robledo Fernández, Universidad Eafit-
Medellin/Universidad Tecnológica De Bolívar-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 Autónoma 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
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
Edith Georgina Surdez Pérez, Universidad Juárez
Autónoma De Tabasco
Jesús María Martín Terán Gastélum, Centro De Estudios
Superiores Del Estado De Sonora
Jesús María Martín Terán Gastélum, Centro De Estudios
Superiores Del Estado De Sonora
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
Abraham Vásquez Cruz, Universidad Veracruzana
Angel Wilhelm Vazquez, Universidad Autónoma 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
Julián Pando García, Universidad Del País Vasco

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 *double-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

HOW TO PUBLISH

Submission Instructions

The Journal welcomes submissions for publication consideration. Complete directions for manuscript submission are available at the Journal website www.theIBFR.com/journal.htm. Papers may be submitted for initial review in any format. However, authors should take special care to address spelling and grammar issues prior to submission. Authors of accepted papers are required to precisely format their document according to the journal guidelines.

There is no charge for standard paper reviews. The normal review time for submissions is 90-120 days. However, authors desiring a quicker review may elect to pay an expedited review fee, which guarantees an initial review within two weeks. Authors of accepted papers are required to pay a publication fee based on the manuscript length and number of authors. Please see our website for current publication and expedited review rates.

Authors submitting a manuscript for publication consideration must guarantee that the document contains the original work of the authors, has not been published elsewhere, and is not under publication consideration elsewhere. In addition, submission of a manuscript implies that the author is prepared to pay the publication fee should the manuscript be accepted.

Subscriptions

Individual and library subscriptions to the Journal are available. Please contact us by mail or by email to: admin@theibfr.com for updated information.

Contact Information

Mercedes Jalbert, Executive Editor
The IBFR
P.O. Box 4908
Hilo, HI 96720
editor@theIBFR.com

Website

www.theIBFR.org or 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 double-blind reviewed. The Journal is distributed in print and through SSRN and EBSCOhost Publishing, with nation-wide access in more than 70 countries. The Journal is listed in Cabell's directory.

The journal accept rate is between 15 and 25 percent

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 double-blind reviewed. BEA is listed in Cabell's and Ulrich's Periodicals Directory. The Journal is distributed in print, through SSRN and EBSCOHost publishing, with presence in over 70 countries.

The journal acceptance rate is between 15 and 25 percent.

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 double-blind reviewed. AT is listed in Cabell's and Ulrich's Periodicals Directory. The Journal is distributed in print, through SSRN and EBSCOHost publishing, with presence in over 70 countries.

The journal acceptance rate is between 5 and 15 percent.
