



Revista Internacional **ADMINISTRACION** & **FINANZAS**

Volumen 9

Número 6

2016

CONTENIDO

- El Impacto del Tipo de Cambio Real y Otras Variables Macro y Micro en la Competitividad de las Exportaciones Manufactureras Mexicanas** 1
Sergio Quiroz Gálvez, Mario Alberto Lagunés Pérez & Carlos Jiménez García
- Desarrollo de Sistemas de Mejora Continua** 11
Jacobo Tolamatl-Michcol, Beatriz Pico-González, Cesar Saldaña-Carro & José Antonio Varela-Loyola
- Análisis del Comportamiento de Compra Para Identificar Compradores Compulsivos en Saltillo, Coahuila México** 27
María de la Luz Rodríguez Garza, Juana María Saucedo Soto, Alicia Hernández Bonilla & Omega C. Gutiérrez Calzoncit
- Impacto Económico del Impuesto Aplicado a Alimentos No Básicos Con Alto Contenido Calórico en el Giro de Panadería** 45
José de Jesús Moreno Neri, Virginia Guadalupe López Torres, María del Mar Obregón Angulo & Santiago Alejandro Arellano Zepeda
- Evaluación de la Capacidad de Carga Turística Como Elemento de Análisis del Desempeño de un Destino Turístico: Caso Cancún** 59
Christine Mc Coy
- Análisis del Desarrollo del Aprendizaje en Sus Tres Niveles: Individual, Grupal y Organizacional y su Relación Con la Ventaja Competitiva Percibida de la Empresa** 81
Zóchitl Araiza Garza, Edna de la Garza Martínez, Nidia Hernández Castro & Viridiana Alarcón Sánchez
- Importancia de la Gastronomía Tradicional Poblana y Su Relación en el Consumo de Nostalgia Por Parte de los Migrantes Poblanos en los Ángeles, California** 93
Ramón Sebastián Acle Mena, Sandra Yesica Herrera Guzmán, Jessica Yazmín Santos Díaz, Abigail Claudio Morales & Norma Angélica Santiestaban López

EL IMPACTO DEL TIPO DE CAMBIO REAL Y OTRAS VARIABLES MACRO Y MICRO EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EXPORTACIONES MANUFACTURERAS MEXICANAS

Sergio Quiroz Gálvez, Universidad de Sonora
Mario Alberto Lagunés Pérez, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla
Carlos Jiménez García, Universidad de Sonora

RESUMEN

La competitividad de las exportaciones manufactureras en México, juega un papel preponderante, por ser el puente para la prosperidad y el crecimiento económico. Mediante este trabajo se pretende establecer el impacto que tiene sobre ella, el tipo de cambio real u otras variables macro y microeconómicas, para lo cual se utiliza un modelo de regresión multifactorial, donde se contrastan los valores de las variables aludidas con los valores de los índices de competitividad internacional proporcionados por el Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés) y el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO). Los resultados sugieren que el tipo de cambio real no es un elemento significativo que incida en la competitividad de las exportaciones manufactureras, no obstante se percibe una alta dependencia de la actividad económica del país con la economía estadounidense, lo cual motiva a impulsar políticas para diversificar los mercados, incrementar la productividad y consumir las reformas estructurales aprobadas recientemente, para revertir la tendencia hacia el crecimiento potencial de la economía.

PALABRAS CLAVE: Competitividad, Tipo de Cambio Real, Exportaciones Manufactureras, Actividad Económica

THE IMPACT OF THE REAL EXCHANGE RATE AND OTHER MACROECONOMIC AND MICROECONOMIC VARIABLES ON THE COMPETITIVENESS OF MEXICAN MANUFACTURING EXPORTS

ABSTRACT

The competitiveness of Mexican manufacturing exports plays a leading role, as the bridge to reach prosperity and economic growth. This work examines the impact of the real exchange rate and other macro and microeconomic variables on competitiveness. We use a model of multivariate regression, where the values of the variables are contrasted with international competitiveness indices provided by the World Economic Forum (WEF) and the Mexican Institute for Competitiveness (IMCO). The results suggest that the real exchange rate is not a significant element that affects the competitiveness of manufactured exports. However, economic activity of the country is highly dependent on the US economy. This gives motivation to promote policies to diversify markets, increase productivity and consummate recently adopted structural reforms to improve economic growth.

JEL: F02, F15, F31, F53, G15

KEYWORDS: Competitiveness, Real Exchange Rate, Manufacturing Exports, Economic Activity

INTRODUCCIÓN

El proceso de apertura económica de México empezó a generarse a mediados de los años ochenta del siglo XX, con el ingreso al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT por sus siglas en inglés). Después de pasar de ser una economía cerrada a una economía abierta, se dio lugar a un nuevo periodo de apertura comercial que llevó al país a firmar en 1994, el tratado de libre comercio con Canadá y Estados Unidos (TLCAN), originándose una transformación industrial especialmente en el sector manufacturero, no obstante en el 2001 con el ingreso de China a la Organización Mundial de Comercio (OMC) México se ve de nueva cuenta obligado a incrementar su capacidad competitiva en el mercado mundial. A pesar de la transformación industrial experimentada así como los múltiples acuerdos comerciales que México ha sostenido y que le han permitido obtener un avance sustancial del 63.1% del PIB total en su comercio internacional al año 2014 (Banco Mundial, [BM], 2014), las cifras del periodo 1980-2014 muestran que el sector manufacturero de México, se ha visto afectado sensiblemente al pasar del 22.4% al 17.5% del PIB nacional (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, [INEGI], 2015), en comparación con otros países emergentes como Corea y China que han tenido incrementos en la participación de su sector manufacturero del 29% y 36% respectivamente (María y Campos, 2013). El decrecimiento de la participación manufactura en México, se debe en parte a la debilidad tecnológica, a la falta de capacidad para innovar, para patentar, para crear conocimiento nuevo y carecer de una plataforma industrial robusta para el desarrollo de esta actividad.

Sin embargo, el proceso de industrialización es un elemento crítico para la consecución de niveles superiores de crecimiento económico de un país, fundamentalmente porque impulsa la competitividad, la productividad y la generación de empleos. Por lo que hay que tener presente que actualmente el tema clave que está en discusión en las economías del mundo es la competitividad, por ser un factor determinante para el crecimiento económico de las naciones. Por otro lado, el tipo de cambio real en México ha jugado un rol importante en el comercio exterior al ser considerado por varios autores como un indicador del desempeño de la política económica y, entre otros, de la competitividad de los productos nacionales en los mercados extranjeros. Es por eso, que este artículo pretende determinar primeramente, si el tipo de cambio real (TCR), es una variable relevante que está incidiendo en la competitividad de las exportaciones manufactureras mexicanas estimadas por los índices globales del WEF e IMCO para el periodo 2001-2014. Además se pretende determinar en este mismo periodo, que otras variables están incidiendo en la escasa competitividad de las exportaciones del sector manufacturero mexicano, en virtud de que es uno de los motores de la economía nacional. La estructuración del presente artículo se construye de la forma siguiente: en la sección dos se hace una revisión de la literatura sobre la competitividad de la industria manufacturera y algunas variables que inciden en la competitividad de las exportaciones manufactureras mexicanas entre la que se consideran el tipo de cambio real y dos de los principales índices de competitividad global. La sección tres muestra la metodología, los datos analizados, el modelo y las hipótesis, mientras que la sección cuatro presenta los resultados econométricos, seguidos de las conclusiones, limitaciones y la propuesta de futuras líneas de investigación.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

La competitividad hoy en día, sobre todo en el sector manufacturero, ha ido adquiriendo una importancia decisiva por el papel primordial que juega para la prosperidad y crecimiento económico de cualquier país, ya que promueve la inversión interna y externa, mejora la balanza de pagos, además, es generador de empleos dentro y fuera del sector, impulsa el capital intelectual y la capacidad de innovación, impactando todo ello en un nivel de vida más elevado para los habitantes de las naciones (Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2009). Sin embargo, a pesar de que ésta, se ha ido adecuando a las situaciones económicas e incluso políticas de las naciones, debido a la incorporación de nuevos actores en el comercio internacional atraídos por el proceso globalizador, a la fecha no se tiene una definición única de competitividad que sea validada por todos los autores, ni se ha encontrado la mejor manera de medirla

(Madrid, 2010). Tolerante con esta pluralidad de definiciones del término de competitividad, los factores que la determinan también tienden a ser diversos. Generalmente se ha venido asociando la variable competitividad de las exportaciones con el tipo de cambio real el cual estima los precios de los bienes expresados en una moneda común y es uno de los indicadores que han sido utilizados para medir los cambios en la competitividad entre naciones, pero del mismo modo que otras variables analizadas para estimar la competitividad, tampoco existe un acuerdo sobre el efecto del tipo de cambio real sobre el nivel de exportaciones de una nación (Berman, Martin y Mayer, 2012; Rapetti, Skott y Razmi, 2012; Berka y Devereux, 2013). La noción clásica implica que la subvaluación hace más baratos los productos exportables en el exterior y por tanto estimula las exportaciones, Sin embargo esto último, puede ocasionar riesgos persistentes de inflación, arrastrando consigo un debilitamiento de la economía y por consiguiente fuertes problemas sociales. Mientras que la sobrevaluación hace más caros los productos para exportación y más baratas las importaciones pudiendo ocasionar un déficit de cuenta corriente que no sea sostenible, incrementos de deuda externa y riesgos especulativos, lo que conduciría a un menor crecimiento económico, especialmente del sector manufacturero (Frait, Komáre y Melecky 2008).

Analizando diferentes monedas, periodos de tiempo, y elasticidad de las exportaciones, autores como Serenis y Serenis (2008), Huchet-Bourdon y Korinek (2011) y Qing, Yi y Yingke (2013), afirman que la depreciación del tipo de cambio no es una variable que incorpore competitividad a las exportaciones de las naciones, principalmente en periodos de volatilidad cambiaria, puesto que esta únicamente se incrementa para un pequeño grupo de productos y por un periodo muy corto de tiempo. Sin embargo, se han presentado episodios en donde el tipo de cambio se ha fortalecido y las exportaciones han crecido o bien, la moneda se ha depreciado y las exportaciones han caído, lo cual sugiere que existen variables diferentes a la paridad cambiaria que explican el comportamiento de las exportaciones (CNNExpansión, 2013). Dado lo anterior es conveniente incluir en modelos que expliquen la competitividad variables macroeconómicas y microeconómicas como lo son: el tipo de cambio real, las importaciones manufactureras de Estados Unidos provenientes de México, las importaciones manufactureras de Estados Unidos provenientes de China, y el crecimiento del ingreso de los Estados Unidos (Lagunés y Pérez, 2015). Además del índice de la productividad total de los factores del sector secundario mexicano (PTF), la Inversión extranjera directa de la industria manufacturera en México (IED), el financiamiento de la banca comercial y de desarrollo al sector manufacturero en México.

Para evaluar la implicancia de estas variables en la competitividad de las exportaciones manufactureras mexicanas, se recurrió a la información proporcionada por el WEF y el IMCO, el índice del primero se eligió por ser una de las publicaciones más importantes dedicadas al estudio de la competitividad a nivel internacional que mide los fundamentos microeconómicos y macroeconómicos de la competitividad nacional de un país. Mientras que el del segundo es un índice cuyo enfoque es a nivel global, nacional y regional y, busca aportar información beneficiosa para diseñar y dar seguimiento a las políticas públicas nacionales para la competitividad y el desarrollo económico de México.

METODOLOGÍA

Para alcanzar el objetivo de este artículo, se realizaron pruebas econométricas con el fin de analizar el cambio en el valor de los índices de competitividad de las exportaciones mexicanas como consecuencia de las variaciones en el tipo de cambio real, además de incluir otras variables que pueden estar impactando el nivel de dichas exportaciones durante el periodo 2000-2014. Para verificar la existencia de relación entre el tipo de cambio real del peso mexicano y el valor de los índices que miden la competitividad de las exportaciones de manufacturas durante el periodo mencionado, se utilizó una regresión multivariante mediante la versión del modelo de Heteroscedasticidad Condicional Autorregresiva Generalizado (GARCh (1,1)), la cual, permite determinar si la variación de una variable incluida en ese modelo tiene efectos sobre la variable dependiente. De modo que el modelo utilizado para validar la relación anteriormente comentada es la siguiente:

$$X_t = \alpha_t + \beta_t TCR_{t-1} + \gamma_t IUSAM + \delta_t IUSAC_{t-1} + \varepsilon_t PNBU_{t-1} + \zeta_t PTF_{t-1} + \eta_t IEM_{t-1} + \theta_t FB_{t-1} + l_t \quad (1)$$

Donde:

X_t es el valor del índice de competitividad referente a las exportaciones manufactureras mexicanas de acuerdo al IMCO, o en su caso al WEF.

α_t es el término constante.

TCR es el tipo de cambio real del peso mexicano.

β_t es el coeficiente del tipo de cambio real.

IUSAM es el valor de las importaciones manufactureras de Estados Unidos provenientes de México.

γ_t es el coeficiente de las importaciones manufactureras de Estados Unidos provenientes de México.

IUSAC es el valor de las Importaciones manufactureras de Estados Unidos provenientes de China.

δ_t es el coeficiente de las importaciones manufactureras de Estados Unidos provenientes de China.

PNBU es el valor del ingreso de los Estados Unidos a precios corrientes en mddd.

ε_t es el coeficiente del ingreso de los Estados Unidos a precios corrientes en mddd.

PTF es el valor del Índice de productividad total de los factores para el sector secundario en México.

ζ_t es el coeficiente del índice de productividad total de los factores para el sector secundario en México.

IEM es el valor de la Inversión extranjera directa en la industria manufacturera mexicana en mdd.

η_t es el coeficiente de la inversión extranjera directa en la industria manufacturera mexicana en mdd.

FB es el valor del Financiamiento de la banca comercial y de desarrollo al sector manufacturero mexicano en mdp.

θ_t es el coeficiente del financiamiento de la banca comercial y de desarrollo al sector manufacturero mexicano en mdp.

l_t es el término de error aleatorio.

El valor de cada variable se encuentra expresado como $\ln p_{t+1} - \ln p_t$.

Estadísticamente existe la posibilidad de que el efecto de las variables independientes no se presente en el mismo periodo de tiempo, sino en algún momento posterior por lo que para capturar esa posibilidad la ecuación (1) se amplía de la siguiente manera:

$$x_{t+1} = a_b + b_t r_{t-1} + \eta_t \text{ con } i = -1, 0, 1, 2 \dots \quad (2)$$

Este estudio pretende determinar si el tipo de cambio tiene un efecto estadísticamente significativo sobre el valor de las mismas por lo que el enfoque recae en el valor y la significancia de los coeficientes $\beta_t, \gamma_t, \delta_t, \varepsilon_t, \zeta_t, \eta_t, \text{ y } \theta_t$

Cuando el valor del tipo de cambio real es la única variable que tiene un impacto sobre el valor de los índices de competitividad, el coeficiente estimado del tipo de cambio real debe ser estadísticamente significativo y distinto a cero, mientras que el resto de las variables deben ser iguales a cero.

$$H_{01}: |\beta_t| \neq 0; \gamma_t = \delta_t = \varepsilon_t = \zeta_t = \eta_t = \theta_t = 0$$

RESULTADOS

En base a los resultados obtenidos bajo el modelo econométrico empleado, se asume que en el periodo estudiado no se puede afirmar que el TCR así como la PTF, sean elementos que tengan un efecto estadísticamente significativo sobre la competitividad de las exportaciones manufactureras estimadas tanto por el índice del IMCO como por el índice del WEF (ver tablas 1 y 2).

Tabla 1: Estimación Econométrica en Base al Índice del IMCO

	α	β	γ	δ	ε	ζ	η	θ	ι
0 adelantos	0.11 (0.06)	0.73 (0.39)	0.23 (2.21)**	-0.30 (-2.22)**	0.37 (2.54)***	0.52 (0.03)	-0.74 (0.87)	0.78 (2.17)**	0.85 (0.11)
1 adelanto	0.56 (0.28)	0.28 (0.86)	0.23 (2.19)**	-0.57 (-2.23)**	0.76 (2.62)***	0.35 (0.37)	-0.56 (0.17)**	0.65 (2.23)**	0.68 (0.33)
2 adelantos	0.10 (0.11)	0.57 (0.80)	0.91 (0.84)	-0.86 (-0.45)	0.70 (2.06)	0.67 (0.34)	-0.26 (-0.87)	0.09 (0.05)	.30 (0.03)

La tabla 1 muestra, los efectos que las variables explicativas tienen sobre la competitividad de las exportaciones manufactureras de acuerdo al índice IMCO. Las cifras entre paréntesis con ** y ***, resultaron estadísticamente significativas al 5% y 1% respectivamente. A modo de ejemplo, la variable del ingreso de los Estados Unidos (ε) resultó altamente significativa en este momento y en un primer escenario. Mientras que la variable del tipo de cambio real (β) resultó no significativa en ningún escenario. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2: Estimación Econométrica en Base al Índice del WEF

	A	B	Γ	Δ	E	Z	H	Θ	I
0 adelantos	0.81 (0.01)	0.03 (0.54)	0.71 (0.51)	-0.49 (-2.22)	0.23 (2.63)***	0.20 (0.84)	-0.27 (-0.93)	0.54 (0.58)	0.17 (0.88)
1 adelanto	0.65 (0.49)	0.50 (0.36)	0.35 (2.17)**	-0.19 (-2.18)**	0.91 (2.74)***	0.13 (0.80)	-0.47 (-2.16)**	0.29 (0.99)	0.97 (0.19)
2 adelantos	0.12 (0.45)	0.84 (0.95)	0.80 (0.33)	-0.52 (-0.18)	0.11 (0.06)	0.71 (0.40)	-0.08 (-0.36)	0.2 (0.10)	0.16 (0.76)

La tabla 2 muestra, los efectos que las variables explicativas tienen sobre la competitividad de las exportaciones manufactureras de acuerdo al índice WEF. Las cifras entre paréntesis con ** y ***, resultaron estadísticamente significativas al 5% y 1% respectivamente. A modo de ejemplo, la variable del ingreso de los Estados Unidos (ε) resultó altamente significativa en este momento y en un primer escenario. Mientras que la variable del tipo de cambio real (β) resultó no significativa en ningún escenario. Fuente: Elaboración propia.

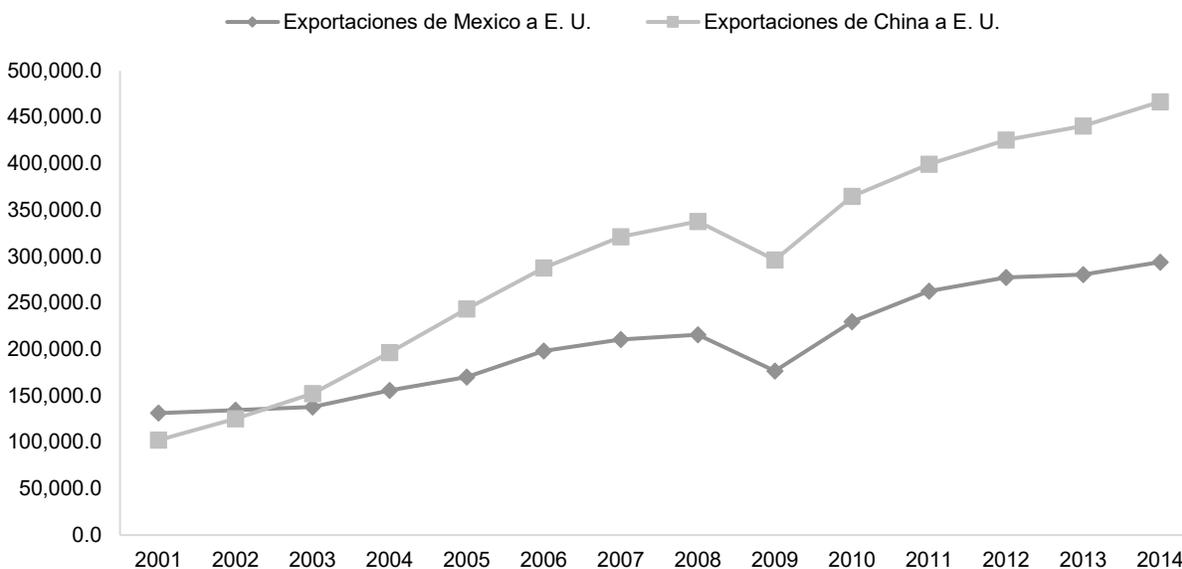
Siendo las importaciones manufactureras de Estados Unidos provenientes de México; las importaciones manufactureras de Estados Unidos provenientes de China; el total del ingreso de los Estados Unidos y la inversión extranjera directa en la industria manufacturera en México, las variables que actualmente están impactando los niveles de competitividad. En el caso del financiamiento de la banca comercial y de desarrollo al sector manufacturero mexicano, medido por el IMCO, resultó estadísticamente significativo indicando que un aumento de éste implica un aumento de la competitividad de las exportaciones (ver Tabla 1). Mientras que en la medición por el índice WEF en ninguno de los periodos resultó estadísticamente significativo, por lo que se puede afirmar que esta variable no tiene una relación sobre la competitividad de las exportaciones estimadas por este último índice (ver Tabla 2).

Una de las razones por las que se asume que el TCR no es relevante en las exportaciones manufactureras mexicanas evaluadas por ambos índices, es la estrecha relación del comercio intra-industrial que tienen las industrias manufactureras mexicanas y estadounidenses. En donde las exportaciones mexicanas se generan mediante un importante porcentaje de insumos que requiere la producción de sus bienes exportables, ocasionando que los precios de los productos exportados se vean contrarrestados por los costos de los insumos importados, anulándose los efectos que pudiera tener el TCR en la competitividad. Dentro de estos mismos resultados, la variable que resultó con alta significancia estadística en los dos primeros escenarios por ambos índices de competitividad, fue la del ingreso de los Estados Unidos (ver Tabla 1 y 2), lo cual es comprensible dado el fuerte vínculo de la economía mexicana con el ciclo económico de los Estados Unidos, principalmente en la industria manufacturera.

Muestra de esto, es el desaceleramiento de la producción manufacturera estadounidense la cual paso del 3.9% en el año 2012 al 2.3% en el 2013, repercutiendo en las exportaciones manufactureras mexicanas las cuales pasaron del 8.4% en 2012 al 4.2% en 2013 (Banamex, 2014). En cuanto a la variable de las importaciones manufactureras de Estados Unidos provenientes de México, resultó estadísticamente significativa por ambos índices (ver Tabla 1 y 2), por lo que existe una relación directa de esta variable con la competitividad de las exportaciones mexicanas. Este resultado, parece confirmar que el comportamiento de la industria manufacturera mexicana está limitada y dependiente tanto de la reanimación del mercado y de la producción manufacturera de Estados Unidos, sin embargo para evitar el sometimiento a los cambios de la economía de los Estados Unidos, se sugiere la conveniencia de hacer una revisión exhaustiva de la política industrial manufacturera mexicana con el fin de incursionar a otros mercados internacionales y de un fortalecimiento del mercado nacional. En relación a las importaciones manufactureras de Estados Unidos provenientes de China, la cual resultó por ambos índices también estadísticamente significativa (ver Tabla 1 y 2), se afirma que existe un desplazamiento de las exportaciones mexicanas por las exportaciones chinas en el mercado estadounidense.

Dicho desplazamiento se ha venido presentando desde el año 2001 a partir de la incursión de China a la OMC, como resultado de una competencia en precios basada principalmente en la subvaluación de su moneda y bajos salarios. Aun así, la participación de México en el mercado estadounidense se ha estado incrementando, sin embargo, la participación de China ha aumentado en un mayor porcentaje, así se tiene que, durante el primer trimestre del 2004, México contaba con una cuota de mercado del 11% mientras que China tenía el 12%, una década después, en el primer trimestre de 2014, la segunda mayor economía mundial tuvo una participación del 18 por ciento, superior al 13 por ciento de México, (ver Figura 1).

Figura 1: Curva de las Exportaciones de México y China a Estados Unidos (E.U)



La figura 1 muestra como la variable de las importaciones manufactureras de Estados Unidos provenientes de China, es estadísticamente significativa al 5% por ambos índices de competitividad, al desplazarse la curva de las exportaciones de China a Estados Unidos por arriba de la curva de las exportaciones de México hacia el mercado estadounidense a partir de finales del 2001. Fuente: Propia con datos del U. S. Departament of Commerce, 2014.

La variable IED con el índice IMCO, resultó con un estadístico Z positivo y significativo, considerándose que hay relación entre esta variable y la competitividad (ver Tabla 1). Sin embargo, con el índice WEF esta variable derivó con un coeficiente y estadístico Z negativos y significativos (ver Tabla 2), por lo que su relación con la competitividad es inversa. Esta última situación es un tanto atípica, si consideramos que

regularmente la IED en los países en desarrollo se orienta principalmente a fortalecer e incrementar el crecimiento y competitividad de las exportaciones sobre todo en la manufactura. Tal comportamiento, pudiera deberse a varias razones, una de ellas puede ser que los flujos de IED buscan obtener mayores retornos que los que se obtienen en el país de origen más que por razones vinculadas a la competitividad. Otra es, que estos flujos de capital se inviertan en empresas no para abastecer el mercado externo sino produzcan preponderantemente para el mercado interno como es el caso de la industria alimenticia.

CONCLUSIONES

Ante la participación cada vez más activa de los productores y comercializadores de los países como China, India, Indonesia y otros, en los mercados internacionales y en especial en el mercado estadounidense, México requiere prestar atención a otras fuentes de competitividad fundamentadas en la inversión, en la innovación tecnológica, la diversificación de productos, el fortalecimiento del mercado interno y la búsqueda de nuevos mercados. Esta tarea requiere de un trabajo articulado entre gobierno y empresas, en la generación de tecnologías, la búsqueda de financiamiento y la exploración de nuevas oportunidades de exportación. Se requiere desarrollar una estrategia nacional más agresiva que impulse la productividad para competir más eficientemente en el mercado externo; de una política consistente y sustentable para la recuperación de la infraestructura en energía y transporte, que reduzca los elevados costos que las deficiencias presentes ocasionan al aparato productivo; que contemple no sólo el bajo costo de la mano de obra mexicana, sino una mayor inversión en ciencia y tecnología que ayude a impulsar la exportación de productos con alto contenido tecnológico.

Además, implementar una serie de políticas macroeconómicas e institucionales que estimulen el mercado interno, se incentive el empleo, se reduzcan los niveles de la informalidad, de la inseguridad así como abatir la corrupción, factores que actualmente están inhibiendo fuertemente la competitividad no solo del sector manufacturero sino del país en general. Por otro lado, es necesario la implementación de las reformas estructurales recientemente aprobadas en el país, las cuales podrían revertir la tendencia hacia el crecimiento potencial de la economía mexicana. Sería difícil cumplir las expectativas más optimistas sobre la competitividad de las exportaciones mexicanas, sin la implementación de dichas reformas por lo que son un requerimiento esencial para alcanzar niveles superiores de productividad, competitividad y bienestar social.

Limitaciones

Entre las limitaciones a resaltar está el análisis al que está enfocado, dejando por fuera algunas variables de nivel macro y micro tanto económicas-financieras como de tipo político que pudieran estar influyendo de alguna manera en las variables investigadas y que no pueden ser cuantificadas. Así mismo, la escasa información disponible de algunas variables que pudieran estar incidiendo de manera importante en la competitividad de las exportaciones manufactureras de México, mismas que tuvieron que ser excluidas al momento de hacer el estudio, como son: el índice de productividad laboral, los costos unitarios laborales y el índice de desempeño logístico entre otros. Por otra parte, el modelo estadístico de regresión multifactorial utilizado para el análisis puede estar limitando los resultados obtenidos, por lo que estos, podrían cambiar sustancialmente utilizando en el futuro otros modelos como los AR, MA, ARIMA o GARCH.

Por último, para la elaboración de artículos posteriores, es recomendable relacionar la competitividad de las exportaciones mexicanas con otros países con economías similares como la de Chile, Brasil u otras del continente asiático, para que los sectores interesados, tengan puntos de comparación y una visión más amplia de la competitividad del país y las razones para mejorarla.

BIBLIOGRAFÍA

- Banamex, (2014). *Indicadores Regionales de Actividad Económica 2014*. Retraído 14 de Octubre 2015 de http://www.banamex.com/resources/pdf/es/estudios_finanzas/mercados/publicaciones/IRAE-2014-HD.pdf
- Banco Mundial, (2014). *Indicadores del desarrollo mundial*. Retraído 14 de Octubre 2015 de <http://datos.bancomundial.org/indicador/TG.VAL.TOTL.GD.ZS>
- Berka, M., & Devereux, M. B. (2013). "Trends in European real exchange rates". *Economic Policy*, 28(74), 193-242.
- Berman, N., Martin, P., & Mayer, T. (2012). "How do different exporters react to exchange rate changes?". *The Quarterly Journal of Economics*, 127(1), 437-492.
- CNNexpansión (2013). Recuperado de: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2013/04/12/hagan-sus-apuestas-dolar-a-10-11-o-12> el 15 de Octubre 2015
- Frait, J., Komáre L. & Melecky M. (2008). "The real exchange rate Misalignment in the five central European countries-single equation approach". In P. Karadeloglou y V. Terraza (Eds.). *Exchange rates and macroeconomic dynamics*, New York: Palgrave Macmillan.
- Huchet-Bourdon, M., & Korinek, J. (2011). "To what extent do exchange rates and their volatility affect trade?," OECD Trade Policy Papers, No. 119, OECD Publishing.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, (2015). *Indicadores económicos de coyuntura*. Retraído 19 de Octubre 2015 de http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/notasinformativas/pib_pregr/NIPBCR.pdf
- Lagunes, M. y Pérez, H. (2015). "Tipo de cambio y determinantes de las exportaciones en periodos de volatilidad financiera en la zona del tratado de libre comercio de Norteamérica", Global Conference on Business & Finance Proceedings 10.2: 904-913.
- Madrid, M. (2010). "Competitividad exterior. Especial referencia a la evolución reciente en la economía española," *Clm. economía: Revista económica de Castilla-La Mancha*, (16), p. 75-94.
- María y Campos, M. (2013). "Retos de la industria en México," *Revista de la facultad de contaduría de la UNAM*, (139), p. 7-11
- Liua, Q., Lub, Y., & Zhou, Y. (2013). "Do Exports Respond to Exchange Rate Changes?" Inference from Chinars Exchange Rate Reform. *RIn*, 29, 19921.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2009). *the impact of the global crisis on SME and entrepreneurship financing and policy response*, Centre for entrepreneurship, SMEs and local Development, France.
- Rapetti, M., Skott, P., & Razmi, A. (2012). "The real exchange rate and economic growth: are developing countries different?" *International Review of Applied Economics*, 26(6), 735-753.

BIOGRAFÍA

Sergio Quiroz Gálvez es Doctor en Dirección y Finanzas por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP), Maestro de tiempo completo del departamento de contabilidad de la Universidad de Sonora. Se puede contactar en dicho departamento de la Universidad de Sonora, Boulevard Luis Encinas y Rosales de la colonia centro C.P. 83000, Hermosillo, Sonora, México. Correo electrónico ser_quiroz@eca.uson.mx

Mario Alberto Lagunés Pérez, Mario Alberto Lagunés Pérez: Doctor en Dirección y Finanzas por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. Coordinador de los posgrados en Dirección y Finanzas en dicha Universidad y profesor de diversas asignaturas de posgrados y licenciatura del área de negocios. Se puede contactar en el Centro Interdisciplinario de Posgrados de la UPAEP, 21 sur 1103, Colonia Santiago, CP 72160, Puebla, Pue. México., Correo electrónico marioalberto.lagunes@upaep.mx

Carlos Jiménez García, es Doctor en Desarrollo Económico y Sectorial Estratégico por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Maestro de tiempo completo del departamento de contabilidad de la Universidad de Sonora, se puede contactar en dicho departamento de la Universidad de Sonora, Boulevard Luis Encinas y Rosales de la colonia centro C.P. 83000, Hermosillo, Sonora, México. Correo electrónico cjimenez@eca.uson.mx

DESARROLLO DE SISTEMAS DE MEJORA CONTINUA

Jacobo Tolamatl-Michcol, Universidad Politécnica de Tlaxcala
Beatriz Pico-González, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla
Cesar Saldaña-Carro, Universidad Politécnica de Tlaxcala
José Antonio Varela-Loyola, Universidad Politécnica de Tlaxcala

RESUMEN

En el presente trabajo se analizan las prácticas organizacionales asociadas con el nivel de desarrollo de la mejora continua (MC) en empresas mexicanas del sector autopartes, las prácticas se clasifican en tres dimensiones: la gestión del propósito, la gestión de la estrategia y de la infraestructura, identificadas a partir de la revisión del estado del arte. El estudio se llevó a cabo mediante una metodología correlacional y transeccional, analizando estadísticamente los datos obtenidos mediante trabajo de campo. A tal efecto se aplicó un cuestionario a una muestra de 103 empleados del sector autopartes del estado de Tlaxcala, México. La investigación muestra que existe una relación positiva media entre las variables analizadas y el nivel de desarrollo de la MC.

PALABRAS CLAVE: Mejora Continua, Sostenibilidad, Modelos de Desarrollo y Sector Autopartes

DEVELOPMENT OF A CONTINUOUS IMPROVEMENT SYSTEM

ABSTRACT

In this paper we analyze organizational practices associated with the level of development of continuous improvement (CI) in Mexican automotive parts industry. The practices are classified into three dimensions: the management of purpose, management strategy and infrastructure, identified from the review of the state of the art. The study was carried out through a correlational methodology and a cross-sectional design. Data were analyzed statistically and obtained through field work. A questionnaire was applied to a sample to 103 employees of the automotive parts industry in Tlaxcala, Mexico. The research shows that there exist a moderately positive correlation between the variables analyzed and the level of CI development.

JEL: L23, L21

KEYWORDS: Continuous Improvement, Sustainability, Development Models, and Automotive Parts Industry

INTRODUCCIÓN

El entorno actual, donde los cambios se tornan constantes y turbulentos, y los estándares competitivos se hacen más exigentes y complejos, demanda de las organizaciones su continua adaptación, es por ello que las empresas han optado por desarrollar estructuras de exploración y mejora orientadas a este propósito (Bessant, Caffyn y Gallagher, 2001). Los sistemas de mejora continua (MC) pueden constituirse como estructuras que apoyan la creación y/o sostenimiento de ventajas competitivas (Boer et al. 2000; Boer y Gertsen, 2003; Jaca et al. 2011; Bateman y Rich, 2003; Hyland, Mellor y Sloan 2007; Middel, Op de Weegh y Gieskes, 2007), de hecho se han documentado diversas experiencias de la implantación de sistemas de MC donde destacan los numerosos beneficios que se obtienen a partir de ella (Jaca et al. 2010), sin embargo, a decir de investigaciones de autores como Kaye y Anderson (1999), Jaca

et al. (2011), Anand, Tatikonda y Schilling (2009), Oprime, de Sousa Mendes y Lopes Pimenta (2011), Espinoza Méndez y Hejduk (2010), Bednarek y Niño (2009), Reyes Aguilar (2002) y Bateman y Rich (2003), diversas empresas en el mundo y mexicanas, tienen problemas para sostener estos sistemas, después de un período comienzan a abandonarlos o bien no logran desarrollarlos, por lo que no obtienen resultados significativos a partir de su implementación.

Evidencias al respecto de este fenómeno se detallan en la investigación de Jaca, et al. (2011), en la que se realizó una encuesta a 125 empresas españolas y 40 empresas mexicanas que tenían implementados programas de calidad, su estudio indica que 32% de las empresas encuestadas en Toluca, México, y 44% de las empresas de la comunidad de Navarra, España; reportaron el abandono de sus sistemas de MC. En este sentido, Hammer (2001) establece que al menos 50% de los programas de mejora son fallidos en el largo plazo y hasta el 70% no logran alcanzar la totalidad de los rendimientos esperados. En este mismo orden de ideas, Anand et al. (2009) indica que de acuerdo a una encuesta realizada en Estados Unidos de América en 2007 por la revista IndustryWeek, el 74% de los encuestados aseguró que no estaban satisfechos con el progreso del programa de MC que habían implementado en su organización. Este fenómeno también ocurre en empresas mexicanas, que experimentan el abandono o la dificultad para desarrollar la MC (Suárez-Barraza, Castillo-Arias, Miguel-Dávila, 2011; Bednarek y Niño, 2009; Espinoza Méndez y Hejduk, 2010; Reyes Aguilar, 2002).

A la luz de estas investigaciones, es posible argumentar que la MC es difícil de desarrollar en las organizaciones, muchas de ellas no logran este propósito, obteniendo a partir de su implementación un impacto ínfimo en sus resultados operativos y de negocio (Kaye y Anderson, 1999; Jaca Jha, Michela y Noori, 1996). Atendiendo este hecho, se han desarrollado múltiples investigaciones en Europa, Asia y América, que proponen caminos hacia el desarrollo de la MC, entre las investigaciones destacan las de Upton (1996), García-Sabater y Marin-García (2009b), Bessant, Caffyn y Gallagher (2001), Bautista-Poveda (2010), Anand et al. (2009), Wu y Chen (2006) y Ali, Islam y Howe (2010).

En México este campo de estudio ha sido poco abordado, es así como surge el interés de llevar a cabo el presente trabajo, para analizar las prácticas organizacionales asociadas con el desarrollo de la MC en empresas mexicanas del sector autopartes. Para tal efecto, se recabaron datos mediante la aplicación de encuestas a 103 empleados del sector autopartes del estado de Tlaxcala, los cuales se analizaron mediante un estudio correlacional, para ello se consideraron tres variables, como prácticas organizacionales asociadas con el desarrollo de la MC, las cuáles son: la gestión del propósito, la gestión de la estrategia y la infraestructura para la MC, y la variable nivel de desarrollo de la MC, la identificación de las variables fue posible después de una síntesis de la revisión teórica sobre el tema.

REVISIÓN LITERARIA

Mejora Continua

La mejora continua (MC) es reconocida a nivel internacional como un motor para apoyar la generación y/o sostenimiento de ventajas competitivas e incrementar el desempeño de las organizaciones, actualmente tiene un papel preponderante en sistemas de calidad total y normas internacionales, haciendo evidente la prioridad que se le ha otorgado en la gestión de las organizaciones (Jorgensen et al. 2003; Middel et al. 2007; Bautista-Poveda, 2010; Jaca et al. 2011). Al indagar sobre el concepto de MC, es posible identificar que a pesar de existir una madurez teórica en su definición existen diversas perspectivas en su concepción (Suárez Barraza y Miguel Dávila, 2011), a decir del trabajo de García-Sabater y Marin-García (2011, p: 29), la MC se define como “*un proceso planificado, continuo y sistemático de cambios continuos e incrementales.*” Su propósito es mejorar los procesos y prácticas de una organización que permitan mejorar el desempeño (Boer et al. 2000), y constituye una capacidad organizacional para apoyar el sostenimiento de ventajas competitivas (Bessant et al. 2001; Imai, 1986).

Desde la perspectiva de este trabajo es fundamental hacer énfasis en la orientación estratégica de la MC, es decir, visualizándola en todo su espectro aplicativo, no sólo ubicarla en el nivel operativo con enfoque incremental y orientada al desempeño; sino además apoyando el sostenimiento de ventajas competitivas, es decir ligada a la estrategia organizacional (Boer y Gertsen, 2003; Marin-Garcia et al. 2010; Oprime, Lizarelli, y Alliprandini, 2008). Desde ésta concepción, la MC se integra de diversos activos intangibles, es por ello que es difícil de replicar de empresa a empresa, su gestión implica un continuo proceso de aprendizaje para lograr impactos significativos (Bessant y Francis, 1999; Jorgensen, Boer y Gertsen, 2003; Jorgense, Boer, y Laugen, 2006; Bessant et al. 2001). Dadas estas características, la MC puede contribuir a la ventaja competitiva de una organización (Bessant et al., 2001; Bateman y Rich, 2003), sobre todo cuando los esfuerzos no sólo se orientan en la eficacia y eficiencia de los procesos, sino además, en mejorar, sostener y ajustar la mezcla de actividades generadores de valor, contribuyendo así al ámbito estratégico (Harrington, 1991; Plenert, 2012, Harry y Schroeder, 2005).

Nivel de Desarrollo de la Mejora Continua

En la literatura internacional se han realizado diversos estudios para analizar los factores que influyen en la sostenibilidad de la MC; el término sostenibilidad se refiere a mantener y desarrollar la mejora obtenida en la organización (Suárez-Barraza y Miguel-Dávila, 2009), de tal manera que el principio fundamental de la sostenibilidad es el desarrollo, la esencia evolutiva de los sistemas de MC. En razón de esta característica, los sistemas pueden sostener lo ganado y progresar de una etapa a otra en un proceso en el que obtienen mayor nivel de madurez y un mayor nivel de impacto en las organizaciones o por el contrario pueden decrecer y perderse en el tiempo (Suárez-Barraza y Miguel-Dávila, 2009; Bessant y Francis, 1999; Bessant et al. 2001; Wu y Chen 2006; Jorgensen et al. 2003). A partir de esta concepción evolutiva de la MC, se han propuesto diferentes modelos para gestionar su desarrollo, en la Tabla 1 es posible observar una síntesis de diferentes modelos; uno de los más connotados es el de Bessant et al. (2001), en el que la MC es considerada como una capacidad organizacional dinámica que se desarrolla en 5 niveles, a mayor nivel de madurez mayor impacto se obtiene de la MC (ver Figura 1). El desarrollo de un nivel a otro se genera a partir de la adquisición de rutinas de comportamiento orientadas a la evolución de los sistemas de MC, además identificó que para la adopción de dichas rutinas de comportamiento es necesario establecer prácticas organizacionales y un proceso de aprendizaje que cada organización habrá de gestionar considerando un enfoque contingente.

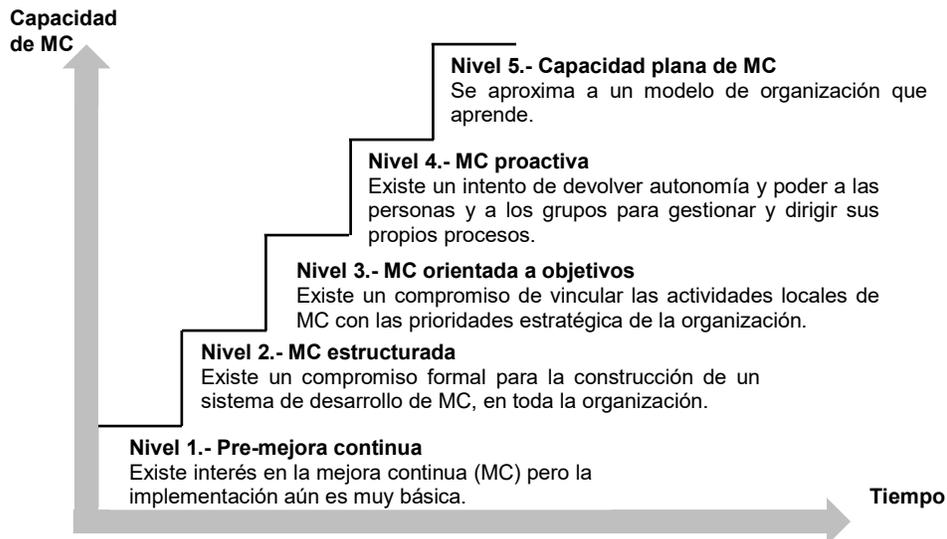
Otros autores han continuado la línea de investigación de facilitadores para lograr el desarrollo de la MC, tal es el caso de Garcia-Sabater y Marin-Garcia (2009b), que llevaron a cabo un análisis minucioso del estado del arte sobre el tema, finalmente proponen un modelo evolutivo para la sostenibilidad de la MC (ver Tabla 1), identificando los facilitadores que apoyan cada nivel de desarrollo, además logran sintetizar siete categorías de facilitadores para la MC. Por su parte, Suárez-Barraza y Ramis-Pujol (2008) y Suárez-Barraza y Miguel-Dávila (2009), proponen etapas de evolución y un modelo para la sostenibilidad de la Mejora Continua de Procesos (MCP) en la administración pública (ver Tabla 1). Por otro lado, otros autores como Wu y Chen (2006), (ver Tabla 1) elaboraron una propuesta diferente en la que da mayor énfasis al establecimiento de un sistema estructural, en el que la interacción de tres variables: 1) el problema, 2) métodos y herramientas y 3) la promoción, permiten elevar el nivel de desarrollo de la MC; en el nivel más alto se logra un enfoque hacia la innovación y la prevención de problemas complejos y de mayor impacto.

Tabla 1: Síntesis de Modelos de Sostenibilidad de la MC

Nombre del Modelo, Autores y Año	Modelo de Madurez de la MC / Bessant Et al. (2001)	Un Modelo Evolutivo Para la Sostenibilidad de la Mejora Continua / García-Sabater y Marín-García (2009b)	Un Espacio de Sostenibilidad de la Mejora Continua de Procesos / Suárez Barraza y Miguel-Dávila (2009)	Un Modelo Integral Estructurado Hacia el Éxito de las Actividades de Mejora Continua / Wu y Chen (2006)	Norma ISO 9004: 2009 / NMX-CC-9004-IMNC-2009 Gestión Para el Éxito Sostenido de una Organización - Enfoque de Gestión de la Calidad
Principio del modelo	Los niveles de madurez de la MC están relacionados con el nivel de adquisición de rutinas de comportamiento que generan capacidades organizacionales propicias para el desarrollo de la MC.	El modelo identifica las barreras y facilitadores clave para cada etapa de madurez de la MC, partiendo del modelo de Bessant et al. (2001).	El modelo se basa en la gestión de actividades de mejora, elementos básicos, potenciadores e inhibidores, con un enfoque basado en procesos, para la sostenibilidad de la MC en la administración pública.	El modelo se basa en tres elementos y sus interacciones: el problema, las herramientas y el método, y la promoción. Es un enfoque estructural con base en las interacciones de los tres elementos fundamentales, a mayor interacción mayor madurez.	Desde un enfoque de sistema de gestión de la calidad, proporciona una guía para la autoevaluación del grado de desarrollo en función al nivel de resultados logrados. Es decir, al obtener resultados de mayor impacto para la organización indica que se tiene mayor nivel de desarrollo de la MC.
Niveles de desarrollo	Desarrollo en cinco niveles.	Cinco niveles basados en el modelo de Bessant et al. (2001).	Seis etapas evolutivas.	Desarrollo en seis etapas.	Cinco niveles.

En tabla se presenta una síntesis de los diferentes modelos de desarrollo de la MC, se indican los autores que proponen el modelo, sus principios básicos y los niveles de desarrollo que proponen, para consultar los detalles de cada uno de los modelo remitase a las referencias indicadas. Fuente: Elaboración propia a partir de la consulta de las referencias.

Figura 1: Etapas de Madurez de la MC



Etapas del modelo de madurez de la MC propuesto por Bessant et al. (2001), presenta 5 nivel de madurez cada nivel tiene sus propias características que permiten identificar en una organización el estado actual de desarrollo, el modelo ha sido comprobado a través de diferentes estudios tales como los de Dabhilkar y Ahlstrom (2007) y Jorgensen et al. (2006), que han identificado como evoluciona la MC a través de los distintos niveles y como se van generando mejores resultados en los indicadores de las organizaciones. Fuente: Elaboración propia a partir de Bessant et al. (2001).

Por su parte la norma ISO 9004: 2009 (ver Tabla 1), en el apartado 9.1 indica que la MC debe incorporarse a la cultura organizacional promoviendo la participación de las personas, facultándolas, otorgando formación y recursos, estableciendo sistemas de recompensas y mejorando la efectividad del propio proceso de mejora. Pese a que no establece un modelo, se considera importante incluirla en la revisión, ya que recomienda a las organizaciones desde un plano pragmático, el proceso de autoevaluación para determinar el estado actual y establecer acciones para mejora el nivel de desarrollo y así lograr para la organización resultados superiores al promedio de su sector.

De acuerdo con la revisión de la literatura, además de los modelos indicados en la Tabla 1, existen otros modelos, citados en Suárez-Barraza y Ramis-Pujol (2008, p. 77) y Suárez-Barraza (2007, p. 67), constituyendo un total de nueve modelos sobre el desarrollo de la MC. Al realizar un análisis comparativo de los modelos se identifica que comparten una dinámica general y principios básicos equiparables, entre ellos destacan los siguientes:

- 1) una concepción evolutiva de los sistemas de MC, es decir, que es posible desarrollarlos para lograr mayor madurez y mejores niveles de impacto en la organización,
- 2) la necesidad de gestionar organizacionalmente facilitadores, prácticas organizacionales potenciadoras o inhibidoras, lo que implica modificar la forma de hacer las cosas o como Hamel y Breen (2008) lo mencionan, aplicar *management innovation*, es decir, innovar las prácticas de gestión para fortalecer la capacidad de cambio, adoptando prácticas organizacionales que permitan la innovación y adaptabilidad organizacional (Hamel, 2006),
- 3) el gran interés por lograr el desarrollo de la MC reside en que se obtienen beneficios de mayor impacto para una organización en la medida que se tiene un mayor nivel de madurez (Rijnders y Boer, 2004; Bessant et al. 2001; Wu y Chen, 2006; Jorgensen et al. 2006), lo que al mismo tiempo disminuye sobremanera la posibilidad del detrimento de la MC en las organizaciones.

A partir de esta concepción teórica se inició con la identificación de las prácticas organizacionales (variables) asociadas con el desarrollo de la MC, para ello se llevó a cabo un análisis y síntesis de investigaciones sobre el tema, las variables identificadas se estratificaron utilizando el principio de afinidad de contenido y propósito, mediante este proceso se identificaron tres dimensiones y sus variables que se muestran en la Tabla 2.

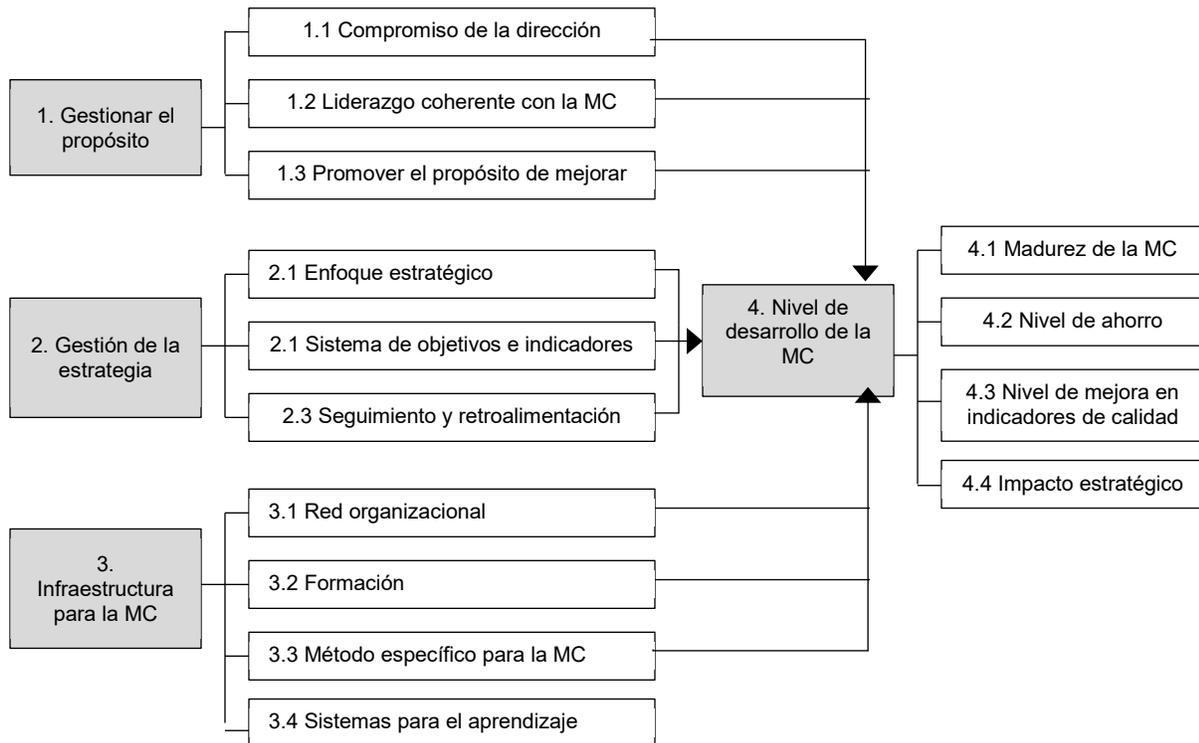
Tabla 2: Dimensiones y Variables Identificadas

Dimensión	Variable	Autores Consultados
Gestionar el propósito	Compromiso de la dirección	Kaye y Anderson (1999), Bateman y Rich (2003), Bessant et al. (1994), Plenert (2012), Middel et al. (2007), Harrington (1991), Oprime et al. (2011), Prado Prado et al. (2010), Jorgensen et al. (2003), Garcia-Sabater y Marin-Garcia (2011), Suárez-Barraza y Miguel-Dávila (2009), Jaca et al. (2011), Ali et al. (2010), Suárez-Barraza y Ramis-Pujol (2008), Jha et al. (1996).
	Liderazgo coherente con la mejora	Harry y Schroeder (2005), Bateman y Rich (2003), Espinoza Méndez y Hejduk (2010), Kaye y Anderson (1999), Upton (1996), Fontaine (2005), Hammel y Breen (2008), Garcia-Sabater y Marin-Garcia (2011), Ali et al. (2010), Jha et al. (1996).
Gestión de la estrategia	Promover el propósito de mejorar	Bessant et al. (1994), Wu y Chen (2006), Harrington (1991), Anand et al. (2009), Oprime et al. (2011), Prado Prado et al. (2010), Jha et al. (1996), Hamel y Breen (2008), Plenert (2012), Ali et al. (2010), Bessant y Francis (1999), Espinoza Méndez y Hejduk (2010).
	Enfoque estratégico	Bateman y Rich (2003), Garcia-Sabater y Marin-Garcia (2009a), Harrington (1991); Anand et al. (2009), Upton (1996), Fontaine (2005), Middel et al. (2007), Garcia-Sabater y Marin-Garcia (2011), Jha et al. (1996), Plenert (2012), Ali et al. (2010), Suárez-Barraza y Ramis-Pujol (2008).
	Sistema de objetivos e indicadores	Bateman y Rich, (2003), Kaye y Anderson (1999), Middel et al. (2007), Harry y Schroeder (2005), Plenert (2012), Upton, (1996), Prado Prado et al. (2010), Espinoza Méndez y Hejduk (2010), Hamel y Breen (2008), Harrington (1991), Garcia-Sabater y Marin-Garcia (2011), Suárez-Barraza y Miguel-Dávila (2009), Jaca et al. (2011), Bessant y Francis (1999).
Infraestructura para la MC	Seguimiento y retroalimentación	Harrington (1991), Jorgensen et al. (2003), Bateman y Rich (2003), Plenert (2012), Kaye y Anderson (1999), Prado Prado et al. (2010), Espinoza Méndez y Hejduk (2010), Jaca et al. (2011), Plenert (2012), Ali et al. (2010), Suárez-Barraza y Ramis-Pujol (2008); Jha et al. (1996).
	Red organizacional para la mejora	Garcia-Sabater y Marin-Garcia (2009a), Anand et al (2009), Prado Prado et al. (2010), Hamel y Breen (2008), Middel et. al. (2007), Hamel y Breen (2008), Garcia-Sabater y Marin-Garcia (2009b), Garcia-Sabater y Marin-Garcia (2011), Upton (1996), Suárez-Barraza y Miguel-Dávila (2009), Espinoza Méndez y Hejduk (2010).
	Formación	Plenert (2012), Anand et al. (2009), Garcia-Sabater y Marin-Garcia (2009a), Middel et. al. (2007), Prado Prado et al. (2010), Fontaine (2005), Harrington (1991), Garcia-Sabater y Marin-Garcia (2011), Suárez-Barraza y Miguel-Dávila (2009), Bessant y Francis, 1999, Upton (1996), Suárez-Barraza y Ramis-Pujol (2008), Jha et al. (1996), Espinoza Méndez y Hejduk (2010).
	Métodos específicos para la MC	Middel et al. (2007), Imai (1986), Garcia-Sabater y Marin-Garcia (2009a), Anand et al. (2009), Wu y Chen (2006), Oprime et al. (2011), Garcia-Sabater y Marin-Garcia (2011), Jaca et al. (2011), Ali et al. (2010), Upton (1996), Suárez-Barraza, y Miguel-Dávila (2009), Espinoza Méndez y Hejduk (2010).
	Sistemas para el aprendizaje	Garcia-Sabater y Marin-Garcia (2011), Jorgensen et al. (2003), Ali et al. (2010), Anand et al. (2009), Middel et. al. (2007), Wu y Chen (2006), Boer y Gertsen (2003), Upton (1996), Garcia-Sabater y Marin-Garcia (2009b); Ali et al. (2010); Espinoza Méndez y Hejduk (2010), Bessant y Francis, 1999.

En la tabla se muestra la clasificación de variables identificadas como potenciadoras del desarrollo de la MC con base en la revisión teórica sobre el tema, además se muestran los autores consultados. Fuente: Elaboración propia a partir de las referencias consultadas.

Con base en la revisión del estado del arte, se establecieron las variables del estudio que se observan en la figurar 2.

Figura 2: Variables de la Investigación



El diagrama muestra las variables que desde la perspectiva teórica son prácticas organizacionales asociadas con el desarrollo de la MC, por tanto se consideraron como las variables del estudio. Fuente: Elaboración propia con base en el análisis del estado del arte.

METODOLOGÍA

La presente investigación es correlacional, no experimental y transeccional, se seleccionó este diseño para indagar en un fenómeno organizacional a partir del análisis estadístico vía la correlación entre variables.

Unidad de Análisis y Muestra

Se seleccionó al sector autopartes para desarrollar el estudio ya que tiene alto potencial de crecimiento y es uno de los sectores estratégicos en desarrollo, para el estado de Tlaxcala, esto de acuerdo con el Plan estatal de desarrollo (2011). Para la recolección de datos se aplicaron encuestas entre junio de 2013 y febrero de 2014, a 103 individuos que laboran en empresas del sector autopartes, de los cuáles el 67% fueron operadores, el 21% fueron mandos medios (supervisores, coordinadores o jefes de departamento) y 12% fueron gerentes. Para la obtención de los datos se utilizó un muestreo por conveniencia, para ello se conformaron grupos de enfoque en cada organización que participó en el estudio, en total participaron 17 empresas, es decir el 80% de las empresas del sector autopartes, ya que de acuerdo con la secretaría de desarrollo económico (2011) existen 21 empresas de éste sector en el estado de Tlaxcala. Los individuos que formaron parte de los grupos encuestados fueron seleccionados con base en criterios empíricos previamente definidos, el propósito fue obtener datos de personas que tuvieran amplio conocimiento del sistema de MC de su organización. Los criterios utilizados fueron los siguientes: que fueran gerentes o mandos medios responsables de la MC en su organización, mandos medios y operadores que hayan sido líderes de equipos de MC y que hayan participado activamente en proyectos, los participantes deberían tener como mínimo cuatro años de antigüedad en la empresa.

Hipótesis de la Investigación

Las hipótesis de la investigación son las siguientes:

H₁: La gestión del propósito, se relaciona positivamente con el nivel de desarrollo de la MC.

H₂: La gestión de la estrategia, se relaciona positivamente con el nivel de desarrollo de la MC.

H₃: La infraestructura para la MC, se relaciona positivamente con el nivel de desarrollo de la MC.

Instrumento de Recolección de Datos, Operacionalización de Variables y Confiabilidad

Se diseñó un cuestionario para la recolección de datos, el cual se compone de 68 ítem para las variables de estudio y 7 para medir variables categóricas, el diseño de la encuesta y la recolección de datos fueron llevados a cabo rigurosamente conforme a las consideraciones de Hernández, et al. (2010). A continuación se detalla la operacionalización de las variables del estudio.

Dimensión 1: La gestión del propósito de mejorar continuamente, se operacionaliza como el grado en que los gerentes promueven la MC dentro de la organización. Inicialmente se midió el nivel de compromiso que la alta dirección muestra hacia la MC, para ello se consideró el nivel de participación que tienen los gerentes en la MC, el nivel de importancia que le dan a la MC en la empresa, el nivel de asignación de recursos para la formación de personal en capacidades para la MC y el desarrollo de proyectos. En relación al liderazgo coherente con la MC, se definió como el grado en que los gerentes facilitan el cambio y la innovación, el nivel de apertura que muestran hacia el cambio, la apertura a nuevas ideas propuestas por los integrantes de la empresa, y el grado en el que se forman trabajadores de primera línea para que funjan como líderes de la MC. En relación a promover el propósito, se midió el grado en que los gerentes promueven la MC como un propósito importante en la empresa, el nivel en el que se impulsa el desarrollo de proyectos de MC y el grado en el que se alienta la participación a través de políticas de incentivos o reconocimientos en la organización.

Dimensión 2: La gestión de la estrategia, consiste en alinear el sistema MC hacia los aspectos de importancia estrategia en la organización, para ello se midió el enfoque estratégico que se operacionalizó como el nivel en el que se desarrollan planes, metas y proyectos organizacionales sobre la MC, el grado en que los proyectos y/o actividades de MC impactan las prioridades estratégicas de la empresa. Por otro lado, también se midió el grado de existencia de un sistema de objetivos e indicadores, que se operacionalizó como el grado en el que se establecen objetivos para la MC, el nivel de participación del personal en el establecimiento de objetivos de mejora, el grado en que se tiene un sistema de indicadores para los procesos, para conocer su estado actual, el grado en que los indicadores son comunicados para apoyar la comprensión del sentido estratégico de la empresa. Finalmente, se midió el seguimiento y retroalimentación del proceso de MC, se midió el grado en que la dirección da seguimiento a las actividades de MC, el grado de seguimiento y medición que se lleva a cabo sobre los resultados que se obtienen, el grado en el que el proceso de seguimiento se da de forma participativa, el grado en que existen mecanismos de comunicación para divulgar los logros y retos pendientes sobre las actividades de MC.

Dimensión 3: La infraestructura para la mejora, consiste en implementar las estructuras y capacidades organizacionales que den soporte al desarrollo de la MC. En lo referente a la red organizacional para la MC, se operacionaliza como el grado en que se han establecido equipos multidepartamentales en red en la empresa para llevar a cabo la MC. Respecto a la variable formación, se operacionaliza como el grado en el que se otorga formación a los trabajadores de primera línea, en herramientas para la mejora, el grado en el que se otorga formación para llevar a cabo el trabajo en equipo y el grado en el que se forma a las personas de la empresa en métodos para la solución de problemas. En lo referente a la variable método específico para la MC, se midió como el grado en que la empresa ha definido y utiliza un método para llevar a cabo proyectos de MC, el grado en que este método se ha comunicado y es conocido, además el grado en el que facilita la gestión de la MC transversalmente a lo largo de la organización, también consiste en medir el

grado en que se utilizan metodologías específicas de calidad para llevar a cabo el proceso de mejora. Finalmente, sobre la variable sistemas para apoyar el aprendizaje organizacional se operacionaliza como el grado en el que se utilizan mecanismos para transmitir el conocimiento en la organización y el grado en que los equipos de MC comparten conocimiento sobre su experiencia en la solución de problemas.

La operacionalización expuesta sobre las variables de estudio tiene el propósito de indagar el grado en que las prácticas organizacionales asociadas con el desarrollo de la MC están presentes en las empresas, es decir, el grado en el que se llevan a cabo estas prácticas; desde la percepción de las personas entrevistadas. En tal sentido, para las variables mencionadas en los anteriores tres párrafos, se utilizó una escala de Likert de 1 a 5 (siempre – nunca).

Dimensión 4: El nivel de desarrollo de la MC, se integra del nivel de madurez de la MC y su nivel de impacto en la organización, para efectos de la investigación es indispensable medir el impacto de la MC y no sólo medir su nivel de madurez; este enfoque pragmático-gerencial es indispensable pues permite evaluar los resultados del desarrollo. Por tanto, se compone de cuatro variables, que son las siguientes: 4.1) el nivel de madurez de la MC, 4.2) el nivel de ahorro obtenido a partir de actividades de MC, 4.3) el nivel de mejora en indicadores de calidad y 4.4) el nivel de impacto estratégico.

La variable 4.1 se midió el nivel de desarrollo de la MC en la empresa, se utilizó una escala de Likert 1 a 5, donde 1 es el nivel más alto de desarrollo y 5 representa el nivel más bajo, cada nivel se describió conforme a las características indicadas en el modelo de Bessant et al., (2001; p. 73), este modelo constituye un referente académico, por lo que se utilizó para la presente investigación (Bautista-Poveda, 2010, Jorgensen et al. 2003). Cabe mencionar que para efectos de la investigación la escala de los niveles de MC de acuerdo con Bessant et al. (2001), se invirtió para evitar que la variable fuera opuesta al sentido general de las preguntas del instrumento. En lo relativo a la variable 4.2 se midió el grado de ahorro obtenido en el último año a partir de los proyectos de MC desarrollados en la empresa, para la variable 4.3 se midió el grado en el que mejoraron los indicadores de calidad más relevante en la empresa en el último año y para la variable 4.4 se midió el grado en el que los resultados de la MC han generado ventajas frente a sus competidores. Estas variables fueron consideradas ya que son utilizadas para medir el impacto de la MC, en diversas investigaciones tales como Middel et al. (2007); Oprime et al. (2011); Hyland et al. (2007) y Bessant et al., (1993). Para estas variables se utilizó una escala de Likert de 1 a 5 (muy alto - muy bajo). El instrumento fue sometido a validación mediante expertos en MC, en la que participaron 7 académicos reconocidos en la materia y 4 gerentes de MC, esto permitió mejorar su contenido y estructura, además fue sometido a una prueba de confiabilidad, para ello los datos se procesaron mediante software *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versión 21, el cálculo se realizó por cada variable, el resultado se observa en la Tabla 3, finalmente se obtuvo el alfa de Cronbach general de 0.812, con base en estos resultados se concluye que el instrumento es confiable.

Tabla 3: Resumen del Análisis de Confiabilidad (Alfa de Cronbach) Para Cada Dimensión:

Variable	Alfa de Cronbach	Variable	Alfa de Cronbach
1. Gestionar el propósito	0.884	2. Gestión de la estrategia	0.865
3. La infraestructura para la MC	0.814	4. Nivel de desarrollo de la MC	0.836

En la tabla se observa el resultado del análisis de confiabilidad de Cronbach, mediante el software SPSS versión 21, se concluye que el instrumento es confiable. Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS

Se llevó a cabo una prueba de Kolmogorov-Smirnov para verificar la normalidad de los datos, se obtuvo un valor $p > 0.05$ por lo que no se rechaza la H_0 , se tiene evidencia de que los datos provienen de una distribución normal (Hernández, et al. 2010). Con el objeto de analizar la relación entre las variables de

estudio, se elaboró un análisis de correlación bivariada de Pearson, entre las variables gestión del propósito, gestión de la estrategia e infraestructura para la MC y el nivel de desarrollo de la MC, los resultados se muestra en la Tabla 4, como se observa todos los coeficientes de correlación son significativos al presentar un $p < 0.01$, por tanto la correlación es significativa entre las variables, existe evidencia estadística para no rechazar las hipótesis de investigación. También, en la tabla 4 se observa que la variable gestión del propósito tiene una correlación moderada con el nivel de desarrollo de la MC, destacando como la correlación más alta con 0.645. Por tanto, se tiene evidencia estadística que indica que la gestión del propósito, compuesta por el compromiso de la dirección, el liderazgo coherente con la MC y promover el propósito; se relaciona positivamente con el nivel de desarrollo de la MC.

Al respecto de la variable gestión de la estrategia de MC se tiene una correlación moderada con el nivel de desarrollo de la MC (ver Tabla 4) con un coeficiente de correlación 0.634. En este sentido, es posible afirmar que desde la percepción de los empleados encuestados, la gestión de la estrategia de MC, compuesta por el enfoque estratégico, los sistemas de objetivos e indicadores, el seguimiento y la retroalimentación, se relacionan positivamente con el nivel de desarrollo de la MC.

Tabla 4: Resultados del Análisis de Correlación

			Gestión del Propósito	Gestión de la Estrategia	Infraestructura Para la MC	Nivel de Desarrollo de la MC
Pearson	Gestión del propósito	Coefficiente de correlación	1.000	0.366**	0.511**	0.645**
		Sig. (bilateral)	.	0.000	0.000	0.000
	Gestión de la estrategia	Coefficiente de correlación	0.366**	1.000	0.435**	0.634**
		Sig. (bilateral)	0.000	.	0.000	0.000
	Infraestructura para la MC	Coefficiente de correlación	0.511**	0.435**	1.000	0.579**
		Sig. (bilateral)	0.000	0.000	.	0.000
	Nivel de desarrollo de la MC	Coefficiente de correlación	0.645**	0.634**	0.579**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	0.000	0.000	.

** La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral). En tabla 4 se muestra la matriz de correlación entre las variables del estudio, el análisis correlacional se llevó a cabo mediante SPSS versión 21. Los coeficientes de correlación entre la gestión del propósito, la gestión de la estrategia y la infraestructura para la MC con el nivel de desarrollo de la MC; fueron de 0.645, 0.634 y 0.579 respectivamente. En todos los casos la correlación es media, positiva y significativa dado de $p < 0.01$. Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, la variable infraestructura para la MC, también tiene correlación moderada con el nivel de desarrollo de la MC (ver Tabla 4), por tanto, la infraestructura para la MC, compuesta por la red organizacional, la formación, el uso de métodos específicos para la mejora y los sistemas para el aprendizaje, también se asocia positivamente con el nivel de desarrollo de la MC. En resumen, de acuerdo a la percepción de los empleados del sector autopartes encuestados, el nivel de adopción de prácticas organizacionales identificadas mediante el análisis del estado de arte, se asocia positivamente con el desarrollo de la MC. Los resultados de la investigación contribuye al estado del arte al evidenciar que la adopción de ciertas prácticas organizacionales (indicadas en el estudio), se asocian con el nivel de desarrollo de la MC. En relación a este último constructo toma relevancia ya que se compone tanto de la madurez como del impacto de la MC, es decir el nivel de madurez de la MC, medida a través de las características definidas en cada nivel por Bessant et al. (2001), y el nivel de impacto de la MC, medido tanto en lo operativo, con el nivel de ahorro obtenido y la mejora en indicadores de calidad; como en el ámbito estratégico al hacer frente de mejor forma a la competencia, aspecto de alta utilidad desde una perspectiva pragmática, ya que de esta forma sería posible medir si hay relación entre implantar nuevas prácticas organizacionales, y mayor nivel de madurez y de impacto de la MC; aspecto no considerado hasta ahora en las investigaciones consultadas. Otro elemento de contribución, es que las conclusiones de la investigación se fundamenten no sólo en la perspectiva de altos mandos, también se basa –en mayor proporción– en la perspectiva de trabajadores de primera línea (operadores), los cuales son el corazón de la MC y su

percepción es muy valiosa para retroalimentar y construir el desarrollo de la misma, los estudios hasta ahora se habrían realizado principalmente con encuestas de altos mandos.

Los resultados de esta investigación coinciden con los resultados de otros estudios tales como Bessant y Francis (1999); Bautista-Poveda (2010), Garcia-Sabater y Marin-Garcia, (2009a), al establecer que ciertas prácticas organizacionales se relacionan positivamente con el desarrollo de la MC. Especialmente, los resultados de la presente investigación van en el mismo sentido de los estudios de Jorgensen et al. (2003); Dabhilkar y Ahlstrom (2007) y Jorgensen et al. (2006), en los que entre otros aspectos, muestran la relación entre el nivel de adopción de ciertas prácticas y el incremento en el rendimiento y el desempeño de las empresas a través de acciones de MC, algunas de estas prácticas organizacionales son: el liderazgo, los sistemas de incentivos, la red organizacional para el trabajo en equipo, la gestión estratégica de la MC. En este mismo sentido, en las investigaciones de Oprime et al. (2011) y Prado Prado et al. (2010), se muestra que el compromiso de la dirección, el liderazgo y los sistemas de incentivos, son factores claves para el desarrollo de sistemas de MC, variable que en esta investigación se conceptualizó como la gestión del propósito, la que muestra el mayor coeficiente de correlación. Vale la pena puntualizar que los resultados de la presente investigación no permiten determinar el nivel de influencia de las variables en el nivel de desarrollo de la MC, sin embargo, sí muestra una relación positiva media, a partir de ello se visualiza un área de oportunidad para futuros trabajos de investigación.

CONCLUSIONES

Los resultados de la investigación contribuyen al conocimiento sobre el desarrollo de la MC en empresas Mexicanas, que actualmente es muy limitado, ofrece evidencia estadística para establecer que el nivel de desarrollo de la MC está relacionado positivamente con tres variables denominadas: gestión del propósito para mejorar continuamente, la gestión de la estrategia de MC y la infraestructura para la MC. De acuerdo al análisis de correlación el desarrollo de la MC se asocia con la gestión del propósito de mejorar continuamente, se asocia con el compromiso de la dirección y el liderazgo que se ejerza para promover el cambio, también se asocia con la gestión estratégica de la MC, el establecimiento de sistemas de indicadores que faciliten conocer el estado actual de los procesos y que permita vincular los esfuerzos de mejora hacia las prioridades competitivas de la empresa, y además se asocia con la infraestructura para la MC, que tiene que ver con implementar las estructuras y capacidades organizacionales que den soporte al desarrollo de la MC, tales como la integración de equipos multidepartamentales, la formación de trabajadores y el uso de métodos específicos para llevar a cabo la MC.

Una de las limitaciones del estudio, consiste en que el tipo de muestreo utilizado no permite la generalización de los resultados a todo el sector de autopartes en Tlaxcala, futuras investigaciones pueden establecer un diseño muestral y utilizar métodos estadísticos de mayor alcance que permitan generalizar una teoría sobre el desarrollo de los sistemas de MC para este sector. Finalmente, para las directivos del sector, se ofrece evidencia empírica de prácticas que se asocian positivamente con el desarrollo de la MC, por lo que los resultados de esta investigación les invita a realizar una introspección sobre sus prácticas organizacionales para comprender su estado actual y así estar en la posibilidad de poner en marcha un proceso contingente de innovación y aprendizaje con el propósito de elevar el desarrollo de la MC en sus empresas, para consolidarla en una estructura de exploración que apoye la competitividad organizacional en el ámbito operativo y estratégico.

REFERENCIAS

Ali A. J., Islam M. A. y Howe L. P. (2010). "Critical factors impacting sustainability of continuous improvement in manufacturing industries in Malaysia," *World Journal of Management*, Vol. 2 (3), p. 65-80.

- Anand, G., Ward, P. T., Tatikonda, M. V., y Schilling, D. A. (2009). “*Dynamic capabilities through continuous improvement infrastructure*,” *Journal of Operations Management*, Vol. 27 (6), p. 444-461.
- Bateman, N., y Rich, N. (2003). “*Companies perceptions of inhibitors and enablers for process improvement activities*,” *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 23 (2), p. 185-199.
- Bautista-Poveda, Y. (2010). “*Estudio multicaso de la innovación continua en las empresas: modelo de evolución, etapas, pilares y resultados*,” recuperado de: <https://riunet.upv.es/handle/10251/9033?show=full>, tesis doctoral. Universidad Politécnica de Valencia.
- Bednarek, M., y Niño, L. F. (2009). “*Methodology proposal for the implementation of lean manufacturing system in selected mexican industrial plants*,” *Institute of Organization and Management in Industry*, Vol. 6 (4), p. 23-34.
- Bessant, J. y Caffyn, S. (1997). “*High-involvement innovation through continuous improvement*,” *International Journal Technology Management*, Vol. 14 (1), p. 7-28.
- Bessant, J. y Francis, D. (1999). “*Developing Strategic Continuous Improvement Capability*,” *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 19 (11), p. 1106 – 1119.
- Bessant, J., Burnell, J., Harding, R. y Webb, S. (1993) “*Continuous improvement in british manufacturing*,” *Technovation*, Vol. 13 (4), p. 241–254.
- Bessant, J.; Caffyn, S. y Gallagher, M. (2001). “*An Evolutionary Model Of Continuous Improvement Behaviour*,” *Technovation*, Vol. 21 (2), p. 67-77.
- Boer, H., Berger, A., Chapman, R. y Gertsen, F. (2000). *CI Changes. From suggestion box to organisational learning*, Aldershot: Ashgate Publishing Ltd.
- Boer, H., y Gertsen, F. (2003). “*From continuous improvement to continuous innovation: a (retro)(per)spective*,” *International Journal of Technology Management*, Vol. 26 (8), p. 805-827.
- Caffyn, S. (1999). “*Development of a continuous improvement self-assessment tool*,” *International Journal Of Operations & Production Management*, Vol. 19(11), p. 1138-1153.
- Chapman R. y Hyland P. (2000). “*Strategy and continuous improvement in small-to-medium Australian manufacturers*,” *Integrated Manufacturing Systems*, Vol. 11 (3), p. 171-179.
- Dabhilkar, M. y Bengtsson, L. (2007). *Continuous improvement capability in the Swedish engineering industry*. *International Journal of Technology Management*, 37(3-4), pp. 272-289.
- Espinoza Méndez, E., y Hejduk, I. (2010). “*Modelo de administración de la mejora continua para pequeñas y medianas empresas Mexicanas*,” *Ide@S CONCYTEG*, Vol. 5 (65), p. 1307-1334.
- Fontaine, C. (2005). “*Six Sigma's contribution to organizational culture*,” *Intenational IEEE Annual Meeting*. Berlin, Germany.
- Garcia-Sabater J. J. y Marin-Garcia J. A. (2011). “*Can we still talk about continuous improvement? Rethinking enablers and inhibitors for successful implementation*,” *International Journal Technology Management*, Vol. 55, (1/2), p. 28-42.

García-Sabater, J. J., y Marín-García, J. A. (2009a). “Facilitadores y barreras para la sostenibilidad de la mejora continua: un estudio cualitativo en proveedores del automóvil de la comunidad valenciana,” *Intangible Capital*, Vol. 5 (2), p. 183-209.

García-Sabater, J. J., Y Marín-García, J. A. (2009b). “Un modelo evolutivo para la sostenibilidad de la mejora continua,” *3rd International Conference On Industrial Engineering And Industrial Management XIII Congreso De Ingeniería de Organización Barcelona-Terrassa*, September 2nd-4th 2009.

Hamel, G., y Breen, B. (2008). “*The future of management*,” *Harvard Business Review Press*.

Hammer, M. (2001), “*The superefficient company*,” *Harvard Business Review*, Vol. 79 (8) p. 82-91.

Harrington, H. J. (1991). *Business Process Improvement; The Breakthrough Strategy For Total Quality, Productivity And Competitiveness*. New York: McGraw-Hill.

Harry, M., y Schroeder, R. (2005). “*Six sigma: the breakthrough management strategy revolutionizing world's top corporations*,” (1a ed.) USA: Doubleday.

Hernández, R., Fernández, C y Baptista, P. (2010). “*Metodología de la investigación*”, (3a ed.), México: McGrawHill.

Hyland, P.W., Mellor, R. y Sloan, T. (2007), “*Performance Measurement And Continuous Improvement: Are They Linked To Manufacturing Strategy?*,” *International Journal and Technology Management*, Vol. 37 (3), p. 237-246.

Imai, M. (1986) “*Kaizen-the key to japan's competitive success*,” (1a ed.) New York: Random House.

Jaca García, C., Mateo Dueñas, R., Tanco Rainusso, M., Viles Díez, E., y Santos García, J. (2010). “*Sostenibilidad de los sistemas de mejora continua en la industria: encuesta en la comunidad autónoma vasca y navarra*,” *Intangible capital*, Vol. 6(1), p. 51-77.

Jaca, C., Suárez-Barraza, M. F., Viles-Díez, E., y Ricardo, M. (2011). “*Encuesta de sostenibilidad de sistemas de mejora continua: comparativa de dos comunidades industriales de España y México*,” *Intangible Capital*, Vol. 7 (1), p. 1697-9818.

Jha S., Michela J.L. y Noori H. (1996). “*The dynamics of continuous improvement: aling organizacional attributes and activities for quality and productivity*,” *International Journal Of Quality Science*, Vol. 1 (1), p. 19-47.

Jorgensen, F., Boer, H., y Laugen, T. B. (2006). “*CI implementation: an empirical test of the ci maturity model*,” *Creativity And Innovation Management*, Vol. 4 (15), p. 328-337.

Jorgensen, F.; Boer, H. y Gertsen, F. (2003). “*Jump-Starting continuous improvement through self-assessment*,” *International Journal Of Operations & Production Management*, Vol. 23 (10), p. 1260-1278.

Kaye, M. y Anderson, R. (1999). “*Continuous improvement: the ten essential criteria*,” *International Journal Of Quality & Reliability Management*, Vol. 16 (5), p. 485-509.

Marin-Garcia, J., Bautista, y., Garcia-Sabater, J., y Vidal-Carreras, P. (2010). “*Implantación De La Innovación Continua En La Gestión De Operaciones: Una Revisión De La Literatura,*” *Innovar*, Vol. 20 (38). p. 77-94.

Middel, R., Op De Weegh, S. y Gieskes, J. (2007). “*Continuous improvement in the Netherlands: a survey-based study into current practices,*” *International Journal of Technology Management*, Vol. 37(3-4), p. 259-271.

NMX-CC-9004-IMNC-2009. Gestión para el éxito sostenido de una organización –Enfoque de gestión de la calidad. Instituto Mexicano de Normalización y Certificación.

Oprime, P. C., Lizarelli, F. L., y Alliprandini, D. (2008). “*Nálise dos mecanismos de apoio e técnicas para as atividades de melhoria contínua: survey em empresas industriais Brasileira,*” *XXVIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção*, Rio De Janeiro, Brasil: 1-11.

Oprime, P. C.; De Sousa Mendes, G. H.; y Lopes Pimenta, M. (2011). “*Fatores críticos para a melhoria contínua em indústrias brasileiras,*” *Produção*, Vol. 21(1), p. 1-13. (7).

Plan Estatal de Desarrollo (2011). Gobierno del Estado de Tlaxcala. Periódico Oficial No. Extraordinario Junio 2011, Recuperado de: <http://periodico.tlaxcala.gob.mx/pdf/ex17062011.pdf>

Plenert, G. (2012). “*Strategic continuous process improvement. Which quality tools to use, and when to use them,*” (1ª ed.) USA: McGraw-Hill.

Prado Prado, J. C., García Arca, J., Mejías Sacaluga, A., y Fernández González, A. J. (2010). “*Desencadenantes, Resultados y Factores Críticos de Éxito en los sistemas de participación del personal. Resultados de un estudio en España,*” *International Conference On Industrial Engineering And Industrial Management*, San Sebastián: XIV Congreso de Ingeniería de Organización: 71-82.

Reyes Aguilar, P. (2002). “*Manufactura delgada (lean) y seis sigma en empresas mexicanas: experiencias y reflexiones,*” *Contaduría y Administración*, Abril, p. 51-69.

Rijnders, S.; Boer, H. (2004). A typology of continuous improvement implementation processes. *Knowledge and Process Management*, Vol. 11, no. 4, pp. 283-296.

Secretaría de desarrollo económico, (2011). Directorio Industrial. Gobierno del Estado de Tlaxcala, recuperado de: http://www.sedecotlaxcala.gob.mx/index2/images/archivos/directorio/dir_oct2011.pdf

Secretaría de Economía, (2011). Monografía industria automotriz. Dirección General de Industrias Pesadas y de Alta Tecnología, recuperado de: http://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/industria_comercio/estudios/monografia_industria_automotriz.pdf

Suárez Barraza, M. F., y Miguel Dávila, J. Á. (2008). “*Encontrando al "kaizen": un análisis teórico de la mejora continua,*” *Pecvnia*, Vol. 7, p. 285-311.

Suárez-Barraza, M. F. (2007). “*La sostenibilidad de la mejora continua de procesos en la administración pública: un estudio en los ayuntamientos de España,*” Tesis doctoral, Universidad Ramon Llull.

Suárez-Barraza, M. F. y Miguel-Dávila, J. Á. (2009). “*En la búsqueda de un espacio de sostenibilidad: un estudio empírico de la aplicación de la mejora continua de proceso en ayuntamientos españoles,*” *Innovar*, Vol. 19 (35), p. 47-64.

Suárez-Barraza, M. F. y Ramis-Pujol, J. (2008). “*Aplicación y evolución de la mejora continua de procesos en la administración pública,*” *Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, Vol. 2(1), p. 74-86.

Upton, D. M. (1996). “*Mechanisms for building and sustaining operations improvement,*” *European Management Journal*, Vol. 14 (3), p. 215-228.

Wu, C. W., Y Chen, C. L. (2006). “*An Integrated Structural Model Toward Successful Continuous Improvement Activity,*” *Technovation*, Vol. 26 (5-6), p. 697-707.

BIOGRAFÍAS

Jacobo Tolamatl Michcol, es Doctor en Planeación Estratégica y Dirección de Tecnología, adscrito al programa educativo de ingeniería industrial y posgrado en la Universidad Politécnica de Tlaxcala. Correo electrónico: jacobo.tolamatl@uptlax.edu.mx.

Beatriz Pico González. Doctora en Planeación Estratégica. Directora del doctorado y de la maestría en Planeación Estratégica y Dirección de Tecnología. Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. Correo: beatriz.pico@upaep.mx

Cesar Saldaña Carro. Doctor en desarrollo regional. Profesor de ingeniería financiera. Se puede contactar en el programa educativo de ingeniería financiera en la Universidad Politécnica de Tlaxcala. Correo: cesar.saldana@uptlax.edu.mx

José Antonio Varela Loyola. Doctor en Planeación Estratégica y Dirección de Tecnología. Adscrito al programa educativo de ingeniería industrial y de la maestría en ingeniería en la Universidad Politécnica de Tlaxcala. Correo: joseantonio.varela@uptlax.edu.mx

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA PARA IDENTIFICAR COMPRADORES COMPULSIVOS EN SALTILLO, COAHUILA MÉXICO

María de la Luz Rodríguez Garza, Universidad Autónoma de Coahuila
Juana María Saucedo Soto, Universidad Autónoma de Coahuila
Alicia Hernández Bonilla, Universidad Autónoma de Coahuila
Omega C. Gutiérrez Calzoncit, Alumna coautora

RESUMEN

A principios del siglo XXI con la globalización se han puesto de manifiesto el consumismo y materialismo, ya que en el mercado se encuentra una amplia variedad de productos ofertados y a los consumidores se les brinda grandes facilidades para adquirirlos, generando sobreendeudamiento que afecta a su economía y a su estabilidad familiar/laboral. A este comportamiento de adquisición anormal se le denomina compra compulsiva, se define como una motivación de compra persistentemente asaltante y repetitiva, la cual se percibe usualmente como irresistible, placentera y/o reductora de malestar, pero que finalmente causa perjuicios al individuo y/o a otras personas (Friese, 1988); (Natarajan, 1991); (O'Guinn, 1989). El objetivo de este trabajo de investigación es Identificar el comportamiento de compra compulsiva entre hombres y mujeres en Saltillo, Coahuila México. La población de Saltillo en base a los datos del Anuario Estadístico de Coahuila INEGI 2012 es de 725,123 personas, se determinó una muestra de 656 con un 96% nivel de confianza, 4% de margen de error. Los resultados arrojan: Las mujeres muestran una actitud más compulsiva al realizar compras innecesarias, fuera de su presupuesto, pero que les brinda felicidad a diferencia de los hombres, esta adicción se convierte en un trastorno patológico.

PALABRAS CLAVE: Compra Compulsiva, Comportamiento de Compra, Tipos de Consumidor Compulsivo y Patología

PURCHASE BEHAVIOR ANALYSIS TO IDENTIFY COMPULSIVE SHOPPERS IN SALTILLO, COAHUILA MEXICO

ABSTRACT

At the beginning of the 21st century attitudes such as consumerism and materialism became prevalent. This occurred because there is a larger variety of products offered in the market and the consumers are provided with large means to acquire these products. This process generated debt that affects individual finances and their family/employment stability. This abnormal acquisition behavior is called 'compulsive buying', which is defined as a motivation to purchase that is persistent, impulsive and repetitive, and it is perceived as irresistible, pleasant. Compulsive buying reduces discomfort, but eventually causes harm to the individual and to others close to them (Friese, 1988); (Natarajan, 1991); (Or ' Guinn, 1989). This identifies the behavior of compulsive buying between men and women in Saltillo, Coahuila Mexico. Saltillo. The area has a population of 725,123 people (based on data from the Statistical Yearbook of Coahuila INEGI 2012). We examined a sample of 656 with 96% confidence level and 4% of error margin. The results showed that women demonstrate a more compulsive attitude to make unnecessary purchases out of their budget. This produces those women happiness, and in contrast, in man the addiction becomes a pathological condition.

JEL: M2, M3

KEYWORDS: Compulsive Buying, Compulsive Consumer, Buying Behavior and Pathology

INTRODUCCIÓN

Es indudable que debido a la globalización ha ido en aumento la cantidad de productos y el desarrollo de productos nuevos, los mercados son más competidos y feroces, su finalidad es vender y seguir dentro del mercado, dando como resultado invasión de bienes y mentes. Schneider (2001) cita que en 1999 se crearon cerca de 26,000 nuevos productos. Los consumidores ante tanta variedad de bienes van de tentación en tentación. (Bauman, 2000). Hoy en día se han diseñado áreas donde sus deseos y necesidades se cumplen (Lara, 2009). Plazas comerciales, o malls que han creado espacios en donde se encuentra tranquilidad, tiempo para convivir con la familia, centros de entretenimiento, pago de servicios y diversidad de productos puestos a su alcance, propiciando condiciones para que el consumidor se sienta agusto y gaste. Las personas deben estar conscientes sobre los deterioros que se están provocando al consumir desmedidamente, es necesario regular su consumo, desafortunadamente la gran mayoría no está preparado para hacerlo racionalmente, pues la mercadotecnia, publicidad, los cambios sociales, políticos y económicos recientes han transformado la forma de actuar del consumidor y los ha hecho perder de vista la afectación por consumo excesivo que están provocando al medio ambiente (Volpe, Haiyang y Sheen, 2006).

La publicidad ha hecho que comprar se convierta una actividad extraordinaria, provocando que las personas compren de manera desmedida, agravando el consumismo. Comprar de manera compulsiva les hace sentir que tienen más y que eso les hace ser mejores y más felices (Pulido, 2007). El comprador compulsivo inventa razones creíbles que se forma para tratar de ocultar las explicaciones reales de sí mismo.

El peligro es que las necesidades pueden convertirse en ambiciones con el firme propósito de ser admirados por las personas que los rodean acerca de todo lo que poseen y de lo que cuestan. Muy a menudo la necesidad obsesiva de gastar es un síntoma de algún trastorno psicológico. Esta inclinación se relaciona con situaciones de insatisfacción vital, todas las modalidades que se presentan como las tarjetas de crédito-débito, expedición de tarjetas departamentales etc. impide controlar el gasto de manera racional, ello se traduce a un problema socioeconómico.

Esa ansia por comprar puede acarrear graves problemas y convertirse en una real pesadilla cuando se vuelve adicción y provoca endeudamiento. Las compras compulsivas también llamado trastorno de adquisición anormal, llevan a adquirir cosas innecesarias, con severas repercusiones económicas, graves crisis familiares/laborales o problemas legales que pueden ocasionar situaciones difíciles. La acción compulsiva guarda relación directa con la autoestima, pues tiende a mejorarse el estado de ánimo, pero este estado será pasajero, resulta interesante comprender que son situaciones que se arreglan desde el interior de las personas, de ahí que se considere un trastorno. Aunque el costo trastorno de compras compulsivas nunca ha sido calculado, se estima que el impulso de compra gestiona más de \$ 4 mil millones en compras anuales en América del Norte (Kacen & Lee, 2002) Independientemente de las cifras citadas con anterioridad ser comprador compulsivo se considera un comportamiento ritual, repetitivo, que a pesar de tratar de resistirse al impulso, simplemente sucede. Lo más común es que lo que adquiera no se desempaque y que jamás se utilice. Así, la compra pasa de ser una experiencia rutinaria a una difícil situación, pues se constituye en el componente principal de la vida. Este fenómeno se ha reavivado recientemente gracias a las investigaciones de la conducta del consumidor, que han demostrado que es un fenómeno extendido y problemático y que va en aumento; es por ello que este campo de estudio ya está siendo abordado por diferentes ámbitos de la ciencia que buscan dar respuesta al cómo y al porqué de la compra compulsiva, teniendo en cuenta los componentes bio-psico-sociales que conforman la figura de la persona que padece esta conducta (Quintanilla, Luna y Berenguer, 1998). El presente estudio utilizó como base la Escala de Hábitos y Conductas de Consumo (Denegri et al., 1999).

El resto de esta investigación está organizada como sigue. En la sección de revisión literaria, se presentan los estudios referenciales del tema tratado desde conceptos básicos, hasta estudios aplicados, identificando los bloques que la representan. Posteriormente le sigue la sección de Metodología la que incluye el objetivo, las hipótesis, así como el diseño y validación de instrumento, lo referente a ficha técnica del trabajo y la operacionalización de variables e información demográfica de la muestra. Seguido de los resultados, conclusiones y recomendaciones, referencias y biografía.

REVISIÓN LITERARIA

La compra compulsiva es un fenómeno que se encuentra presente en la sociedad actual, debido al proceso de globalización que permite adquirir bienes y/o servicios variados de cualquier parte del mundo sin importar idioma ni distancia. Día con día estamos expuestos a una gran cantidad de bienes en los que está presente la marca, los precios, la calidad, beneficios del producto, variedad de usos, colores, diseños, etc. y la capacidad para discernir y buen juicio entran en juego para elegir el más adecuado. En ocasiones los consumidores los adquieren en forma desproporcionada, convirtiéndose en una compra compulsiva, este comportamiento es más común de lo que se cree.

Desafortunada o afortunadamente nos tocó vivir en una era donde la cultura y las grandes compañías nos han criado con la creencia de que siempre necesitaremos de algo material para ser felices y que sólo ellos nos lo pueden proporcionar. Se puede definir como: aquella compra extrema donde el consumidor da a los objetos significados simbólicos y emocionales, en el que la compra genera un placer o alivio momentáneo, por lo que el sujeto siente la necesidad de tener que volver a comprar. (Luna, 2000). Beatriz Monroy, psicóloga clínica (UNAM, ENP 2) afirma que el comprador compulsivo es una persona que tiene una gran insatisfacción con su vida y consigo misma y trata de llenar ese vacío con una actividad que le dé una sensación de plenitud, aunque sea pasajera.

Por su parte, Alonso (1984) añade que la compra compulsiva se relaciona con la conciencia de un estado recriminatorio y las posibles consecuencias emocionales cuando no se lleva a cabo la acción. Del mismo modo, Valence, d'Astous y Fortier (1988) señalan tres variables que delimitan la compra compulsiva: la activación emocional, el control cognoscitivo y la conducta reactiva. Faber (1988); Nataraajan y Golf (1991); O'Guinn y Faber (1989) la definen como la motivación de compra persistentemente asaltante y repetitiva, la cual se percibe usualmente como irresistible, placentera y/o reductora de malestar, pero que finalmente causa perjuicios al individuo y/o a otras personas.

García y Olabbarri (2002) reportan la existencia de artículos acerca del consumo patológico en Francia, Inglaterra, Alemania, Brasil y Estados Unidos. En general, se concluye que una tercera parte de la población presenta serios problemas de autocontrol y se estima que la compra compulsiva tiene una prevalencia de un 1,1% a un 5,9% de la población general, siendo más frecuente en mujeres (80%). "El Hospital de Bellvitge de Barcelona informa que 7% de la población padece este trastorno, que siendo igual en hombres y mujeres, este centro catalán es pionero en su tratamiento y atiende otros problemas asociados, como: estrés o las alteraciones emocionales y se les brinda terapia personal y/o familiar. La responsable de la unidad Susana Jiménez, explica que depresión, problemas de ansiedad y trastornos alimentarios son en la mitad de los casos trastornos vinculados con la compra compulsiva que deben tratarse para lograr su recuperación.

Cita que el problema es similar entre hombres y mujeres, aunque la diferencia se encuentra en el tipo de objetos que adquieren, mientras las mujeres compran cosméticos, ropa y joyas, los hombres compran material informático, música y accesorios para auto. Según la experta, cita que el déficit en el control de los impulsos y dificultades en la regulación de las emociones negativas son predictores significativos en el desarrollo y mantenimiento de esta conducta". (EFE/Barcelona, 2014) "Se llevó a cabo un estudio a cargo de la Dirección General de Consumo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, ejecutado en

ésta y otras áreas de la Unión Europea (Escocia, Lombardía y Toscana). En todas ellas se han obtenido resultados similares, lo que refuerza su validez, según Javier Garcés, psicólogo experto en consumo que se ha ocupado del aspecto técnico. Según los datos del estudio un 33% de la población adulta tiene problemas de adicción a la compra, de compra impulsiva y de falta de control del gasto un 18% de ellos de forma moderada; un 15% presenta un nivel importante de adicción y un 3% llega a niveles que pueden considerarse patológicos. Es decir, se trataría de una adicción en sentido médico estricto.” En cuanto a la población joven, el porcentaje de adictos sube hasta el 46% y el 8% presentan niveles que puede rozar lo patológico. El estudio rompe con la idea de que la adicción al consumo sea un problema de mujeres con tendencia depresiva y revela datos tan curiosos como que los jóvenes tienden más a la adicción en la medida en la que se creen más guapos mientras que, entre los adultos, son más consumistas aquellos que están menos satisfechos con su apariencia física.

Numerosos estudios señalan que adolescentes y adultos tienen infinidad de problemas para entender la economía que viven día a día y en consecuencia no saben cómo actuar, trayendo problemas económico-sociales como sobreendeudamiento, consumismo y mala planificación tanto personal como familiar. Los mismos estudios señalan que este comportamiento es multifactorial, ya que la edad, género, nivel social, nivel de escolaridad, área en que residen, etc. los hace entender los fenómenos económicos de diferente manera (Denegri y Palavecinos, 2003; Gleason y Van Scyoc, 1995; Johnston y Maguire, 2004; Lusardi y Mitchell, 2007; Medina, Méndez y Pérez, 1999).

Hay resultados de investigaciones en el área de la alfabetización económica que demuestran la carencia de herramientas en cuestión de educación económica a nivel familiar y en la educación formal (Denegri, Gempp, Palavecinos y Caprile, 2003- 2005; Domper, 2004; García, Ibáñez y Lara, 2005; Hernández, 2007; Mori y Lewis, 2001). Según el estudio Escala de Hábitos y Conductas de Consumo: evidencias sobre dimensionalidad, su objetivo fue examinar algunas propiedades psicométricas de la Escala de Hábitos y Conductas de Consumo (Denegri et al., 1999) en un entorno sociocultural distinto al que fue empleado para desarrollar el instrumento. Mediante un AFC se constató que el modelo bifactorial propuesto por Denegri y colaboradores, en el que las conductas de consumo reflexivas versus impulsivas dan cuenta de la estructura dimensional de la escala, no encuentra suficiente respaldo empírico en nuestros datos (RMSEA = 0,100). Los hallazgos de las investigaciones respecto a la socialización para el consumo han señalado la relación entre nivel socioeconómico y adquisición de habilidades como consumidor (Churchill y Moschis, 1993; Lea, Webley y Levine, 1993; Moore y Moschis, 1983).

El único trabajo precedente en el que se evalúa la Escala de Hábitos y Conductas de Consumo data de sus propios autores (Denegri et al., 1999) y utiliza AFE. Los resultados han puesto de relieve cinco componentes subyacentes a la conducta de consumo: calidad del producto, planificación de la compra, precio del producto, uso responsable del crédito y uso impulsivo del crédito. Estos resultados bosquejan la conducta del consumidor como un fenómeno demasiado complejo para ser condensado únicamente en reflexividad versus impulsividad y sugieren una aproximación a la medición del comportamiento de consumo como proceso.

Especial interés tendría indagar si las tres dimensiones apuntadas en nuestro estudio permiten discriminar a los consumidores compulsivos. Estos resultados constituyen una alternativa a la bidimensionalidad de la escala sujeta a su corroboración mediante otros estudios. Además, desmiente la creencia popular de que las mujeres gastan más en ir de compras que los hombres” Lo de menos es lo que se haya comprado, normalmente son cosas inútiles o repetidas, pero que momentáneamente les causa satisfacción y/o alivio, generalmente a este placer sigue un gran arrepentimiento, sentimiento de culpa, ansiedad, etc. que sólo se apagan con un nuevo arranque de compulsividad y así sucesivamente, es decir, se convierte en un proceso que empieza y termina y vuelve a empezar sin ver fin a este comportamiento.

De acuerdo con cifras publicadas 15% de los mexicanos son compradores compulsivos; las compras a meses sin intereses los hunden al usar las tan comunes tarjetas de crédito, cita el periódico digital (Sin Embargo, 2013). “Compras no planeadas, adquisición de artículos innecesarios, gastar rebasando el límite económico, endeudarse y considerar que estas acciones mejoran la autoestima, son, características que definen a un shopaholic (comprador compulsivo)”. “En nuestro país, casi 9 millones de personas cuentan con este tipo de plásticos, pero no todos tienen sus finanzas al corriente. De hecho, las familias en México arrastran deudas enormes por adquirir productos y servicios a meses sin intereses volviéndose un severo dolor de cabeza.

Según datos del Banco de México de enero pasado, a los tarjetahabientes que sólo pagan una parte de su deuda mensual les aumentaron su saldo de crédito en 14 por ciento en un solo año. Formar parte activa de la economía lleva consigo participar activamente en sus procesos y volverse parte de ella, en donde consumir es parte medular, mismo que para un sinfín de personas adictas a las compras se traduce en estatus (Walder, 2006). La compra compulsiva se puede presentar por dos mecanismos: algunas veces este hábito impropio se adquiere fundamentalmente a fuerza de repetir una conducta que en un principio resulta agradable y después se ejecuta de forma compulsiva, mientras que en otros esta conducta hay que concebirla eminentemente como una evasión, como una manera inconveniente de hacer frente a los problemas personales. El comprador compulsivo es eminentemente racionalizador, esta es un arma o estrategia que lo lleva a inventar razones creíbles que se forma para tratar de ocultar las explicaciones reales de sí mismo. Las causas pueden ser multicausales y Elliot, Eccles y Gourney (en Rodríguez, 2001) citan que hay diferentes tipos de compradores compulsivos:

Los compensadores del malestar y del estado de ánimo: Son personas infelices, depresivas o con infinidad de problemas, misma que comprar desmedidamente para contrarrestar su realidad

Los compensadores del estado de ánimo: Personas que se valen del deseo desbocado de compra y de una toma de decisiones rápida como medio de mejora de su estado de ánimo

Los adictos por venganza: Estas personas compran con el propósito de llamar la atención y de pretender castigar y controlar a alguien cercano -generalmente se trata de la pareja-

Y los existenciales: Personas que utilizan la conducta de compra como una oportunidad para la construcción y expresión del propio yo, brindándoles plenitud personal.

Independientemente del tipo de consumidor compulsivo que se trate, es posible apreciar que las causas que lo provocan son multifactoriales: ansiedad, depresión, fantasía, baja autoestima, la influencia de los padres, falta de integración, así como cuestiones meramente biológicas (neurotransmisión cerebral) que entrarían en juego (Hausman, 2000). Es por estas razones que los compradores compulsivos utilizan la compra como una forma de evadir, enfrentar o compensar situaciones insatisfactorias, relacionadas con sí mismos o con ambiente tanto familiar como social. Desde el punto de vista patológico hay factores que intervienen y que hacen que los consumidores sean adictos a comprar teniendo consecuencias (Lee, 2004). Hay una serie de características que los define y es necesario saber acerca de ellos para prevenir su actuación y tratarlos. Variables en la distinción del consumidor patológico:

Variables Sociodemográficas: El género es uno de los factores más importantes en el consumo patológico. Investigaciones Europeas confirman lo señalado, por Reisch y Scherhorn en 1996 (citado en Rodríguez et al., 2001), comprobaron en Alemania que el 60% de los adictos al consumo son mujeres, al igual que en algunas zonas Americanas y en Canadá, donde el autor D’Astous comprobó que las mujeres son más adictas a las compras que los hombres y varios autores consideran que mucho tiene que ver su rol familiar. *La edad.* Es otro factor importante D’Astous y Cols. (En Rodríguez, et al., 2001) en la que demuestra que a mayor edad, menor propensión a hacer compras compulsivas.

La condición social: D'Astous comprueba que a mayor nivel social la adicción por hacer compras compulsivas es menor y ello se explica (Schor, 1998) que cuando las clases sociales son más bajas la distancia entre su yo y su yo ideal es más grande haciendo que se presente en ellos la compra compulsiva, cuyas aspiraciones son llegar a un nivel más alto. Cuando las condiciones económicas de vida son desahogadas, los consumidores acostumbran comprar de manera impulsiva, ya que tienen la posibilidad de gastar más y de manera irresponsable. (Beck, 2006).

La autoestima: O'Guin y Faber (en Rodríguez et al., 2005) atribuyen la autoestima baja a perder el control al momento de comprar y hacerlo desmedidamente.

La depresión: Edwars (en Rodríguez et al., 2001; Kryos et al, 2004) señalan la condición de comorbilidad (uno o más trastornos/enfermedades además de la enfermedad o trastorno primario) que presenta un comprador compulsivo, en la que están presentes tanto la ansiedad como el estrés junto con realizar compra excesivas para desafiar la depresión.

La impulsividad: Cole investigador (en Rodríguez et al., 2001) “ultima que la conducta impulsiva impacta severamente en la compra compulsiva. Estudios clínicos señalan una presencia elevada de comorbilidad en los pacientes, especialmente con trastornos en el control de impulsos” ” (Marcinko, 2006)

La búsqueda de sensaciones: Rodríguez (et al., 2001). La compra es producto de una experiencia emocionalmente fuerte, tanto que lleva a repetirla cuando sienten bienestar.

Actitudes hacia el dinero y el materialismo: Guardan relación directa con los consumidores patológicos, mostrándose una relación positiva entre materialismo y adicción a la compra que según el estudio realizado por (Dittmar, 2005)

Variables Familiares: Es innegable el alto grado de influencia que ejerce la familia en la conformación del individuo (Roberts, 2003). Fungen como modelos de crianza hacia sus hijos, si ellos denotan comportamientos excesivos, es probable que sus hijos imiten esa conducta o por lo menos sean más propensos a seguir ese estilo de actuación. (Gwin, 2005) Esta patología puede ser atendida de tres diferentes maneras, de acuerdo a lo citado por (Rodríguez et al., 2001; Black, 2001), ellas son:

Por medio de tratamiento farmacológico: Está basado en emplear fármacos para estabilizar los niveles de serotonina en las personas, ya que se ha evidenciado que el nivel bajo de ella se asocia con las compras frecuentes. (Rodríguez et al., 2001)

Grupos de autoayuda: Asociaciones que cuentan con especialistas como guías para canalizar las problemáticas, se les enseña a controlar su ansia por las compras. (Rodríguez, 2001; Black, 2001)

Tratamiento psicológico: Los estudiosos de la materia (Rodríguez 2001; Black 2001) concuerdan en destacar que no es un procedimiento muy efectivo, lo que se puede decir, es que las tres se logran combinar y obtener mejores resultados. Se puede decir que este patrón de consumo hacia una sustancia o actitud que origina tolerancia acaba incorporándose y aceptándose, con síntomas de una conducta repetitiva que se traduce en patología. Esta situación en la que el individuo actúa irracionalmente, comprando algo que tal vez no necesita y no usará se centra en torno a su problemática personal, social y familiar y a su descarga, con este proceder fortalece su autoestima y satisface sus necesidades emocionales. Esta clase de comportamiento puede desencadenar en una dependencia psicológica, a tal grado que llega a perder el control de sí mismo. Ser comprador compulsivo se considera un comportamiento ritual, recurrente, que a pesar de los intentos por resistirse al impulso ocurre y generalmente lo que adquiere no se desempaca y jamás se utiliza.

METODOLOGÍA

El objetivo de este trabajo es Identificar el comportamiento de compra compulsiva entre hombres y mujeres entre edades de 15 a 85 años, en la ciudad de Saltillo, Coahuila México. Las hipótesis de este estudio son:

H₁: No hay diferencia significativa entre hombres y mujeres en cuanto a identificarse como compradores compulsivos;

H₂: No existe diferencia significativa entre hombres y mujeres con respecto a la necesidad irresistible de comprar;

H₃: No existe diferencia significativa entre hombres y mujeres con respecto al impacto económico sufrido por exceso de compras;

H₄: No existe diferencia significativa entre hombres y mujeres con respecto al impacto en salud y felicidad al comprar; Se establecieron los siguientes criterios de inclusión para los sujetos participantes en el estudio: a) tener entre 15 y 85 años de edad, b) residir en Saltillo, Coahuila.

Tabla 1: Ficha Técnica de Investigación

Universo	725,123 *
Tamaño muestral	656 encuestas válidas
Margen de error	Para un nivel de confianza del 96% y un margen de error del 4%
Método de muestreo	Descriptivo y Exploratorio con medición transversal y no experimental
Fecha de trabajo de campo	Septiembre de 2014
Tipo de encuesta	Personal mediante cuestionario de 27 ítems. Con preguntas categorías y escala de Likert 1-7
Validación de instrumento	Alpha de Crombach .958
Análisis de Información	SPSS ver 21
Estadísticos	Tablas de contingencia, Pruebas de chi cuadrada, Prueba de Krus Wallis, Análisis Factorial

**La población se determinó en base a los Datos del Anuario estadístico de Coahuila INEGI 2012. En la Tabla 1 se describe de manera detallada el procedimiento que se siguió referente a la metodología empleada para desarrollar este trabajo de investigación, la cual incluye lo referente a la ficha técnica, sus apartados son: universo, tamaño muestral, margen de error, método de muestreo, fecha de trabajo de campo, tipo de encuesta, validación del instrumento, análisis de información así como los estadísticos empleados. La encuesta fue personalizada conteniendo 27 ítems, utilizando escala de Likert en variables y obteniendo un alpha de Crombach de .958 se aplicó 656 personas, obteniendo con el SPSS estadísticos de: Tablas de contingencia, pruebas de chi cuadrada, prueba de Kruskal wallis y análisis factorial.*

Tabla 2: Operacionalización de Variables

Bloques	Variable	Definición	Ítem Asociado	Unidad de Medición	Fiabilidad (Alpha de Cron Bach)
Bloque 1	En mi closet hay bolsas con compras que he realizado aún sin abrir.	Su objetivo es medir si la persona presenta una conducta de compra no planeada, que le resulte incontrolable	1,2,3,4,5,6 y 7	Escala de Hábitos y Conductas de Consumo (Denegri et al., 1999)	0.914
	Mis conocidos me han llamado "comprador compulsivo"				
	Una buena parte de mi vida se centra alrededor de comprar cosas				
	Compro cosas que no necesito				
Bloque 2	Compro cosas que no tenía planeado comprar	La finalidad es evaluar si la persona presenta realiza compras inútiles y desmedidas	8,9,10,11,12,	Escala de Hábitos y Conductas de Consumo (Denegri et al., 1999)	0.867
	Me considero un comprador(a) impulsivo(a)				
	Cuando hay ofertas: compro los productos aun y cuando no los necesite				
	Cuando tengo dinero, no puedo contenerme y gasto una parte o todo				
Bloque 3	Con frecuencia soy impulsivo en mi comportamiento como comprador	Su objetivo es medir la conducta reactiva ante estímulos externo	13, 14, 15 y 16	Escala de Hábitos y Conductas de Consumo (Denegri et al., 1999)	0.817
	En cuanto ingreso en un centro comercial, siento una necesidad irresistible de entrar a alguna tienda a comprar algo				
	Soy una de esas personas que frecuentemente responden a las ofertas enviadas por correo				
	En muchas ocasiones he comprado un artículo que no necesitaba, sabiendo que tenía muy poco dinero disponible				
Bloque 4	Si me queda dinero al final del periodo de pago, siento que tengo que gastarlo	Su objetivo es evaluar el tipo de sentimiento relacionado a la felicidad, seguridad y salud que presentan la personas	17,18,19,20,y, 21	Escala de Hábitos y Conductas de Consumo (Denegri et al., 1999)	0.903
	Creo que otras personas se sentirían horrorizadas si conocieran mis hábitos de gastos				
	He comprado cosas que estaban fuera de mis posibilidades económicas				
	Compré algo solamente para sentirme mejor				
Bloque 4	Cuando compro siento que se me quita la depresión	Su objetivo es evaluar el tipo de sentimiento relacionado a la felicidad, seguridad y salud que presentan la personas	17,18,19,20,y, 21	Escala de Hábitos y Conductas de Consumo (Denegri et al., 1999)	0.903
	Cuando compro me siento más seguro de mí mismo				
	Cuando compro siento que obtengo felicidad				
	Cuando compro siento que soy muy importante				
	Estando enfermo si compro me siento mejor de salud.				

En la tabla 2 se muestra la definición y operacionalización de todas y cada una de las variables consideradas en cada uno de los bloques que conforman el instrumento de medición, así mismo se define el objetivo de cada bloque, su ítems asociados, su unidad de medida y la fiabilidad de cada bloque del instrumento (Alpha de Crombach). El bloque 1 se refiere a la conducta de compra, el bloque 2 y el bloque 3 se integran y ambos analizan lo concerniente a compras innecesarias y desmedidas, el bloque 4 y último evalúa a la persona en cuanto a sentimientos que guardan relación con la felicidad, seguridad y salud de las personas

Tabla 3: Información Demográfica de Muestra

Género
Estado Civil
Edad
Ocupación
Nivel de estudios
Colonia donde vive

En la tabla 3 se presenta la información demográfica referente a los atributos utilizados en del trabajo de investigación, comprende: el género de los encuestados, así como su estado civil, la edad en que fluctúan, su ocupación, el nivel de estudios que obtuvieron y la colona o zona donde viven.

RESULTADOS

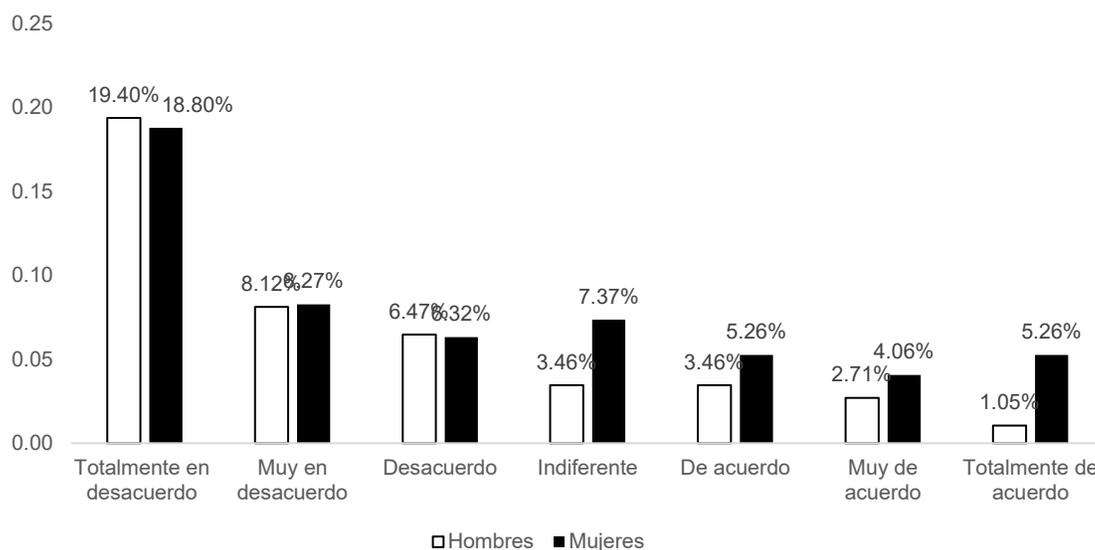
Se realizó una prueba de Coeficiente de Alfa de Cronbach para comprobar validez y confiabilidad del instrumento aplicado en este trabajo de investigación y corroborar que efectivamente mide las variables que se pretende medir. El resultado obtenido de Alfa es 0.958. Se utilizaron 4 bloques para identificar a los compradores compulsivos.

Resultados del Bloque 1

Referente a identificar a los compradores compulsivos, se realizaron tablas de contingencia para comprobar la siguiente hipótesis:

H₁: No hay diferencia significativa entre hombres y mujeres en cuanto a identificarse como compradores compulsivos. En la figura 1, con respecto a tener bolsas sin abrir en el closet, el 34.3 % de hombres y un 30.33% de las mujeres que están en desacuerdo en llevar a cabo esa práctica; sin embargo un 18.91% si lo hace

Figura 1: Me Considero Comprador Compulsivo



En la figura 1 evidentemente se puede corroborar que tanto hombres como mujeres con un porcentaje elevado comparado con los demás, dicen no considerarse compradores compulsivos, desde la perspectiva de las mujeres un 14.58% considerando las ultima tres columnas (5.26%, 4.06% y 5.26%) si están de acuerdo en considerarse compradoras compulsivas. En general esto quiere decir que las mujeres en proporción con los hombres reconocen practicar más esta conducta.

En base a los resultados obtenidos en la Tabla 4; la chi cuadrada, $X^2 < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula por lo tanto si hay diferencia significativa por género, siendo las mujeres las que más se consideran compradoras compulsivas.

Tabla 4: Pruebas de Chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. Asintótica (Bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	25.985 ^a	6	0.000
Razón de verosimilitudes	26.882	6	0.000
Asociación lineal por lineal	24.737	1	0.000
N de casos válidos	656		

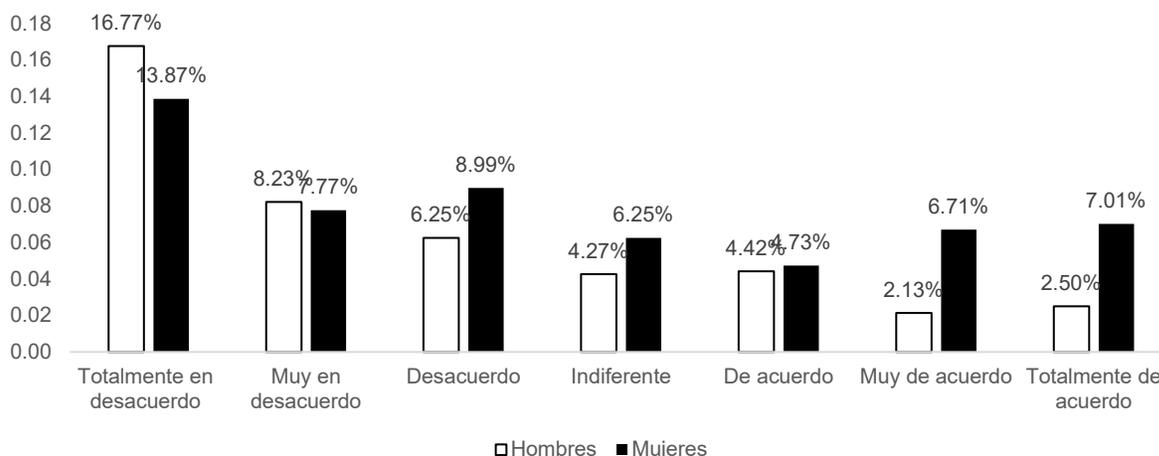
a. 0 casillas (.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 27.69. Se realizó una prueba de Chi-cuadrada de Pearson para determinar si se rechaza o no la hipótesis de estudio planteada en este trabajo de investigación. La Tabla 1 señala que la X^2 arroja que hay una significancia asintótica de 0.000, lo cual permite rechazar la hipótesis nula concluyendo que hay diferencia significativa entre hombres y mujeres al ser marcados como compradores compulsivos, se puede decir que efectivamente las mujeres son más compradoras compulsivas que los hombres.

En base a los resultados obtenidos en este estudio se corrobora lo que dice García y Olabarri (2002), ya que menciona que entre el 1.1% a un 5.9% de la población general presentan problemas de compra compulsiva siendo más frecuente en mujeres. Existe similitud con el estudio anterior a que las mujeres obtienen un 14.58% considerando los valores que apuntan de acuerdo – a totalmente de acuerdo (5.26%, 4.06% y 5.26%). En general esto quiere decir que las mujeres en proporción con los hombres, se considerarse en un mayor grado compradoras compulsivas.

Resultados Bloque 2: Enfocado a la Necesidad Irresistible de Comprar

H₂: No existe diferencia significativa entre hombres y mujeres con respecto a la necesidad irresistible de comprar. En la Figura 2 se muestra que un 31.25% de hombres y un 30.63% de mujeres están en desacuerdo en comprar un artículo que no necesitan aunque tengan poco dinero, y un 18.45% de mujeres está de acuerdo.

Figura 2: Compra Innecesaria Teniendo Poco Dinero Contra Género

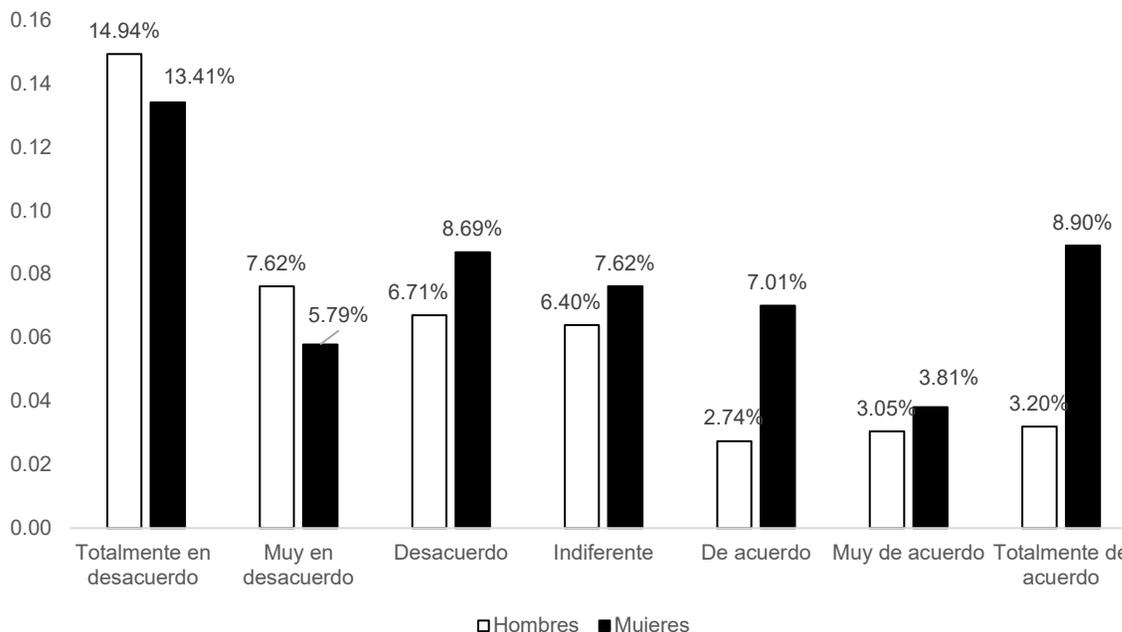


En la figura 2; en donde se cuestionó a hombres y mujeres con la siguiente pregunta; en muchas ocasiones he comprado un artículo que no necesitaba, sabiendo que tenía muy poco dinero disponible. Se encontró que la tercera parte de hombres y mujeres no compran artículos innecesarios cuando tienen poco disponible, además se observa que una quinta parte de las mujeres realiza este tipo de compras, se aplicó una prueba de chi cuadrada, de Pearson, la cual resultó menor a 0.05 por lo que se rechaza la hipótesis nula.

Resultados del Bloque 3: Impacto Económico Negativo

H3: No existe diferencia significativa entre hombres y mujeres con respecto al impacto económico sufrido por exceso de compras. De acuerdo a los resultados de la figura 3, se arroja que un 29.27% de hombres y 27.89% de mujeres están en desacuerdo en realizar compras fuera de sus posibilidades, en cambio 19.81% de mujeres dice hacerlo.

Figura 3: Gasto Fuera de Posibilidades Económicas Contra Sexo

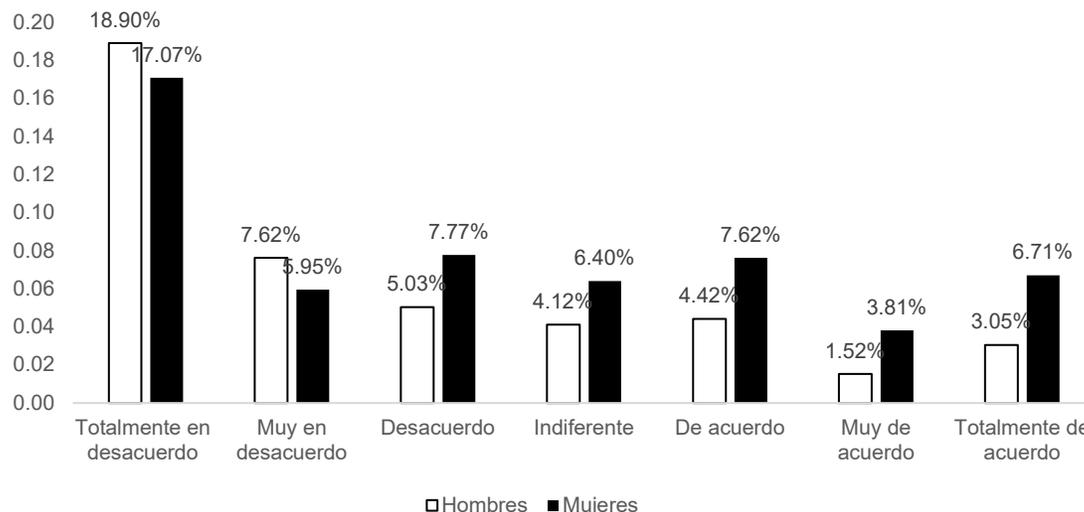


En la figura 3 se planteó la siguiente pregunta, correspondiente al bloque 3: he comprado cosas que estaban fuera de mis posibilidades económicas, en donde hombres y mujeres en un porcentaje cercano a la tercera parte de la muestra se encuentran en desacuerdo y en un porcentaje menor las mujeres comentan estar de acuerdo en endeudarse por comprar, aunque no tengan posibilidades económicas de hacerlo. Se realizó una prueba de chi cuadrada de Pearson, que permitió comprobar la hipótesis, la cual se rechaza.

Resultados del Bloque 4: Comprando Obtengo Salud y Felicidad

H4: No existe diferencia significativa entre hombres y mujeres con respecto al impacto en salud y felicidad al comprar. En la Figura 4 se aprecia que el 31.55% de hombres y 30.79% de mujeres están en desacuerdo en obtener felicidad por comprar; contra un 18.14% de mujeres que dice sentirse feliz por comprar.

Figura 4: Felicidad de Compra Contra Género



En la figura 4 perteneciente al Bloque 4 se planteó el siguiente cuestionamiento: Cuando compro siento que obtengo felicidad, encontrando que una tercera parte de la muestra no está de acuerdo en sentirse feliz por el hecho de hacer compras, en contraste, con una proporción de la quinta parte de la misma muestra que externa sentir felicidad y placer por realizar comprar. Para probar la hipótesis se aplicó una prueba de Chi-cuadrada de Pearson, en que los resultados permiten rechazarla.

Se realizó análisis factorial exploratorio y posteriormente uno confirmatorio para evaluar el ajuste a los datos del modelo propuesto. Reduciendo así el número de variables, en factores. La prueba de esfericidad de Bartlett comprueba la hipótesis nula de que la matriz de correlaciones es una matriz de identidad, en cuyo caso no existirían correlaciones significativa entre las variables y el modelo factorial no sería pertinente. Los resultados obtenidos del Análisis factorial son: El KMO es 0.957 lo que indica que es aceptable para el análisis factorial. La prueba de esfericidad de Bartlett con un significancia menor 0.05 indica que se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto no existe una matriz de identidad.

Tabla 5: KMO y Prueba de Esfericidad de Bartlett

Medida de Adecuación Muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.	0.957	
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado	10949.716
	aproximado	
	gl	210
	Sig.	.000

De acuerdo a los resultados presentados en la Tabla 5, el KMO obtenido es de .957 lo que demuestra que si existen correlaciones suficientes para realizar un análisis factorial, con respecto a la Prueba de esfericidad Bartlett, la cual prueba la hipótesis de que la matriz de correlaciones es igual a una matriz de identidad, obtenido un nivel de sig. <0.05 lo cual nos indica que la hipótesis se rechaza, por lo tanto no se tiene una matriz de identidad.

En la tabla 6 de Varianza total explicada se ofrece un listado de los autovalores de la matriz de varianzas-covarianzas y del porcentaje de varianza que representa cada uno de ellos. Los autovalores iniciales expresan la cantidad de la varianza total que está explicada por cada factor siendo estos mayores a 1 y los porcentajes de varianza explicada asociados a cada factor se obtienen dividiendo su correspondiente auto valor por la suma de las saturaciones al cuadrado. En este trabajo de investigación hay 3 autovalores mayores que 1, por lo que el procedimiento extrae 3 factores que consiguen explicar un 62.160 % de la varianza de los datos originales.

Tabla 6: Varianza Total Explicada

Factor	Autovalores Iniciales			Sumas de las Saturaciones al Cuadrado de la Extracción			Suma de las Saturaciones al Cuadrado de la Rotación
	Total	% de la Varianza	% Acumulado	Total	% de la Varianza	% Acumulado	Total
1	11.549	54.997	54.997	11.191	53.290	53.290	9.616
2	1.569	7.471	62.468	1.186	5.646	58.936	8.678
3	1.031	4.911	67.379	.677	3.224	62.160	8.093
4	.968	4.611	71.990				
5	.754	3.589	75.578				

Método de extracción: Factorización de Ejes principales. a. Cuando los factores están correlacionados, no se pueden sumar las sumas de los cuadrados de las saturaciones para obtener una En la tabla 6 de Varianza total explicada se puede identificar que existen 3 autovalores iniciales mayores a 1; siendo para el factor número 1 el 11.549, para el factor número dos 1.569 y por último para el factor número tres un valor de 1.031. El modelo identifica tres factores que consiguen explicar un 62.160 % de la varianza de los datos originales.

En primera instancia se realizó un Análisis factorial exploratorio para reducir dimensiones de variables, con método de componentes principales, en el que se observó que no existía una definición precisa de los factores, motivo por el cual se corrió de nuevo utilizando el modelo de factorización de ejes principales. Cabe señalar que los tres factores están relacionados con características de un comprador compulsivo, el primero agrupa las variables referentes a la impulsividad de compra, el segundo se relaciona a características emocionales y el tercero se refiere al gasto desmedido. En la Tabla 7 se muestran los siguientes resultados de la matriz de estructura, se agrupan en el factor 1 las variables: 6, 2, 9,3, 10, 8 y 14 que corresponden a impulsividad de compra el factor 2 agrupa variables 18, 20, 19 y 17 referente a características emocionales y el factor 3 agrupa las variables 5, 4, 7 y 12 relacionadas con el gasto desmedido.

Tabla 7: Matriz de Estructura

	Factor		
	1	2	3
6 Me considero comprador compulsivo	0.885		
2 Me llaman comprador compulsivo	0.876		
9 Compró por impulso	0.872	-0.720	
3 Centrado en comprar	0.850		
10 En Centro Comercial: Necesidad irresistible por comprar	0.842		
8 Con dinero gasto sin control	0.745		
14 Hábitos de gastos horrosos	0.721		
13 Gastar necesariamente sueldo sobrante			
18 Compra para sentir seguridad		-0.858	
20 Comprando se siente importante		-0.834	
19 Felicidad se obtiene comprando		-0.818	
17 Compra para quitar depresión		-0.812	
16 Compra para sentirse mejor			
21 La compra mejora la salud.			
11 Siempre respondo a ofertas por correo			
5 Compró cosas no planeadas			0.798
4 Compró cosas que no necesito			0.789
7 Compró porque está en oferta			0.755
12 Compra innecesaria teniendo poco dinero			0.725
15 Gastos fuera de posibilidades económicas			
1 Tengo bolsas sin abrir			

Método de extracción: Factorización del eje principal.
Método de rotación: Normalización Oblimin con Kaiser.

La tabla superior muestra una matriz de varianza explicada, en la que el modelo extracción: Factorización de Ejes principales identificó tres factores. El primer factor se relaciona con el impulso de compra irresistible de las personas, el segundo factor se enfoca a los sentimientos que provoca el realizar compras y el tercer factor se avoca al sobreendeudamiento que produce el gasto excesivo.

Comparado con el estudio “Diseño de una prueba para medir compra Compulsiva en población colombiana” realizado por Cala-Mejía, Beltrán-Ballén, Cubillos-Nieto, Mónica María Molano-González (2011) cuyo objetivo fue diseñar una prueba para medir compra compulsiva en población Colombiana; estipularon que la compra compulsiva se debe evaluar desde tres dimensiones: a) de impulso, b) gasto y c) cognitiva –emocional. Se encontró que existe gran similitud entre ambos ya que los factores encontrados son afines, puesto que el factor uno agrupa variables relacionadas a impulsividad de compra, el factor dos se engloba a variables relacionadas con sentimientos y el factor tres con gasto desmedido. En este estudio el modelo generado por el Análisis Factorial sirve para aplicarlo a diferentes grupos de individuos y así poder detectar si manifiestan una conducta de compra racional o compulsiva.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez terminada la presente investigación y analizados sus resultados se considera que el objetivo planteado “Identificar el comportamiento de compra compulsiva entre hombres y mujeres entre edades de 15 a 85 años, en la ciudad de Saltillo, Coahuila México” fue alcanzado. Fue un estudio descriptivo y exploratorio, obteniéndose una muestra de 656, aplicando un instrumento de 27 ítems. En cuanto a las implicaciones teóricas se puede concluir que si hay diferencia significativa entre hombres y mujeres con respecto a ser compradores compulsivos; existe similitud con el estudio de García y Olabarri (2002), que menciona que entre el 1.1% a un 5.9% de la población general presentan problemas de compra compulsiva siendo más frecuente en mujeres.

También se identificó que las mujeres tienen tendencia de hacer compras innecesarias teniendo poco dinero y gastan más de lo que tienen, generándoles sentimientos de seguridad, felicidad y confianza en sí mismas, así como menciona Pulido (2007) que comprar de manera compulsiva les hace sentir que tienen más y eso les hace ser mejores y más felices. De acuerdo con Javier Garcés el estudio que un 33% de la población adulta tiene problemas de adicción a la compra impulsiva y de falta de control del gasto.

Según resultados del Análisis factorial, las características de los compradores compulsivos quedaron reducidas a 3 factores el primero engloba variables relacionadas con impulsividad a la compra, el segundo se refiere directamente con los sentimientos generados por la compra y el tercero relacionado con el gasto desmedido. Por lo que se concluye que muchos compradores compulsivos son en realidad enfermos depresivos, que intentan mejorar su autoestima y satisfacer necesidades emocionales llegando a perder el control de sí mismo, este trastorno psicológico se adquiere mediante una conducta repetitiva que inicialmente resulta atrayente y luego se ejecuta de manera compulsiva, que es consecuencia de evadir problemas personales, mismos que los llevan al endeudamiento provocando situaciones personales, familiares y sociales difíciles. La realización de este tipo de estudios beneficia a diferentes áreas como son la psicología, la economía la mercadotecnia, ya que permite determinar la conducta adictiva.

Los hallazgos de este trabajo de investigación están sujeto a varias limitaciones, una de ellas es en relación a los aspectos de medida, la escala utilizada mide la percepción sobre compra excesiva, por lo que se considera deseable contar con un indicador objetivo de esta conducta. Otra limitación podría ser que la Escala de Compra Compulsiva utilizada, presenta, por un lado, limitaciones propias de los autoinformes, tales como respuestas: de Totalmente en desacuerdo a totalmente de acuerdo, que por su excesiva generalización pueden no llegar a ser fieles a la realidad. Otra sería la naturaleza trasversal del trabajo, que no permite analizar la secuencia temporal de desarrollo de los excesos. Futuros trabajos podrían retomar esta investigación para abordar estudios sobre Compra compulsiva en jóvenes; ya que estudios revelan que el porcentaje de adicción aumenta hasta el 46% y el 8% presenta niveles patológicos.

REFERENCIA

Alonso Rivas, J. (1984). *El comportamiento del consumidor. Una aproximación teórica con estudios empíricos*. Madrid: Instituto Nacional de Consumo.

Bauman, Z. (2008) Trabajo, consumismo y nuevos pobres, Barcelona: Gedisa.

Beck, T. (2006). Get a Grip: Signs You're a Compulsive Spender. *AAII Journal*; Nov2006, Vol. 28 Issue 10, p2-2, 1/2p, 1c.

Black, D. (2001) Compulsive Buying Disorder: Definition, Assessment, Epidemiology and Clinical. *CNS Drugs*; Vol. 15 Issue 1.

Churchill, G.A. y Moschis, G.P. (1993). Television and interpersonal influences on adolescent consumer learning. *Journal of Consumer Research*, 6, 23-24.

Denegri, M., Palavecinos, M., Ripoll, M. y Yáñez, V. (1999). Caracterización Psicológica del Consumidor de la IX Región. En M. Denegri, F. Fernández, R. Iturra, M. Palavecinos y M. Ripio (eds.), *Consumir para Vivir y no Vivir para Consumir* (pp. 7-31). Temuco: Ediciones Universidad de la Frontera

Denegri, M., Gempp, R., Palavecinos, M. & Caprile, C. (2003-2005). Proyecto Fondecyt 1030271 Socialización Económica: Un Estudio Descriptivo de las Prácticas y Estrategias Socializadoras y de Alfabetización Económica en Familias de una Ciudad Multifinanciera. Chile: Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (Fondecyt).

Dittmar, H. (2005). Compulsive buying – a growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors. *British Journal of Psychology*, Vol. 96 Issue 4, p467-491, 25p.

Dittmar, H. (2005). A new look at “compulsive buying”: self-discrepancies and materialistic values as predictors of compulsive buying tendency. *Journal of Social & Clinical Psychology*, Vol. 24 Issue 6, p832-859.

Domper, M. (2004). ¿Qué aprenden de economía nuestros niños en el colegio? En Serie Informe Económico N.º 151. Santiago, Chile: Instituto Libertad y Desarrollo.

EFE/Barcelona/ 07/01/2014 recuperado de: <http://www.abc.es/sociedad/20140107/rc-poblacion-padece-trastorno-comprador-201401071129.html>

Faber, R.J., & O'Guinn, T.C. (1988). Compulsive consumption and credit card abuse. *Journal of Consumer Policy*, 11, 97-109

Friese, S. (1988) *Self- Concept and identity in a consumer society*, Margurb, German Edt. Tecum Verlag

García, I. y Olabarri, E. (2002). Una panorámica de la compra excesiva para una mejor comprensión del consumidor del siglo veintiuno. En García,

García, R., Ibáñez, A. & Lara, M. (2005). Prácticas de socialización económica en familias de nivel socioeconómico medio de la ciudad de Temuco. Tesis de pregrado no publicada, Departamento de Psicología, Universidad de La Frontera

Gleason, J. & Van Scyoc, L. (1995). A report on the economic literacy of adults. *Journal of Economic Education*, 26, (3), 206-210

Gwin, C. (2005). Nature vs. nurture: the role of family in compulsive buying. *Marketing Management Journal*; Spring2005, Vol. 15 Issue 1, p95-107, 13p, 4 charts.

Hausman, A., (2000) a multi method investigation of consumer motivations in impulse buying behavior. *Journal of Consumer Marketing*.

Hernández, C. (2007). Prácticas de socialización económica en familias monoparentales de nivel socioeconómico bajo en la ciudad de Temuco. Tesis de pregrado no publicada, Departamento de Psicología. Universidad de La Frontera.

INEGI, (2012) Anuario Estadístico de Coahuila.

Johnston, B. & Maguire, B. (2004). Adults numeracy: policy and practice in global context of lifelong learning. Working Paper. ALM, Research Forum, Denmark

Kacen, J. Lee J. (2002) the influence of culture on consumer impulsive buying behavior. *J Consumer Psychol.* 12(2):163-75.

Lara, J. (2009). "Consumo y consumismo. Algunos elementos traza sobre estudiantes universitarios en México" *Nómadas*. Recuperado el 19 de noviembre de 2012 de <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=18111521024>>

Lea, S.E.G., Webley, P. y Levine, R. (1993). The economic psychology of consumer debt. *Journal of Economic Psychology*, 14, 85-119.

Lee, S., (2004). The medicalization of compulsive buying. *Social Science & Medicine*; May2004, Vol. 58 Issue 9, p1709, 10 p.

Luna, R. (2000). Diferencias entre la compra por impulso y la compra patológica. Ponencia presentada en el 1º Seminario Nacional Sobre Adicción A Las Compras, Valencia, España

Lusardi, A. & Mitchell, O. (2007). Financial literacy and retirement preparedness. Evidence and implication for financial Education. *Business Economic*, 42, (1), 35-44.

Marcinko, D. (2006). Compulsive buying and binge eating disorder. *Progress in Neuro-Psychopharmacology & Biological Psychiatry*; Dec2006, Vol. 30 Issue 8, p1542-1544, 3p

Medina, M., Méndez, G. & Pérez, C. (1998). Actitudes hacia el endeudamiento en estudiantes universitarios. Tesis de pregrado no publicada, Departamento de Psicología, Universidad de La Frontera
Mori, E., & Lewis, A. (2001). Money in the contemporary Family. *Nestlé Family Monitor*, 20, 3-21.

Moore, M. y Moschis, G.P. (1983). Role of mass-media and family in development of consumption norm. *Journalism Quarterly*, 60, 67-73.

Natarajan, R., & Goff, B.G. (1991). Compulsive buying: Towards a reconceptualization. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6, 307-328.

O'Guinn, T. & Faber R. (1989) Compulsive buying: A phenomenological exploration. J consumer res. 16:147-57

Pulido, G. & Colín, G. (2007). Reseña de "Sociedad de consumo y cultura consumista" de Zygmunt Bauman. Argumentos, septiembre-diciembre

Quintanilla, I., Luna, R y Berenguer, G (1998). *La compra impulsiva y la compra patológica*. Recuperado de <http://ivie.es/downloads/docs/wpasec/wpasec-1998-11.pdf>

Roberts, J. (2003). Family Structure, Materialism, and Compulsive Buying: A Reinquiry and Extension. Journal of the Academy of Marketing Science; Summer2003, Vol. 31 Issue 3, p300-311, 12p.

Rodríguez, R. et al. (2001) Adicción a la compra. Análisis, evaluación y tratamiento. España, Pirámide.

Rodríguez, R. et al (2005). Individual factors associated with buying addiction: Anempirical study. Addiction Research & Theory, October, Vol 14 Issue 5.

Sin Embargo. Periodismo digital con rigor. 22 de Junio 2013 Artículo Recuperado de: <http://www.sinembargo.mx/22-06-2013/661201>

Schneider. (2001). "Schneider/Boston University - New Product Launch Report". Estados Unidos
Schor, Juliet B. (1998). The overspent American. New York: Basic Books U.N.A.M. ENP #2 Autores: Brito Alanis Mireya; Romero Torres Karen Andrea; Vázquez Patrón Guadalupe. Materia: Psicología.

Profesora: María Dolores Ortega compradorescompulsivos664.blogspot.com/2011/03/bibliografia.html.
Valence, G.; D'Astous, A. y Fortier, L. (1988): «Compulsive buying: Concept and measurement », Journal of Consumer Policy, 11, 419- 433. Recuperado de <http://www.springerlink.com/content/lxhm443441408573/>

Volpe, R., Haiyang, Ch. & Sheen, L. (2006). An analysis of personal finance topics and the level of knowledge possessed by working adults. Financial Services Review, 15, 81- 98.

Walder, P. (2006). ¿Por qué se endeudan los chilenos? A cada santo una vela. Punto final. Extraído el 30 de marzo de 2007 desde <http://www.puntofina.cl/619/endeudados.htm> (<http://www.elmundo.es/magazine/m17/textos/conocer1.html>)

BIOGRAFÍA

María de la Luz Rodríguez Garza pasante de Doctor en Administración y Alta Dirección por la Universidad Autónoma de Coahuila, Catedrático Investigador de Tiempo Completo adscrita a las cátedras de Sistemas de Información Administrativa I y II y Capital Intelectual. Se puede contactar en la Facultad de Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Coahuila, Unidad Campo Redondo, Saltillo, Coahuila México. E-mail: mrodrigu@uadec.edu.mx

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

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

Omega C. Gutiérrez Calzoncit es Alumna coautora de esta investigación

IMPACTO ECONÓMICO DEL IMPUESTO APLICADO A ALIMENTOS NO BÁSICOS CON ALTO CONTENIDO CALÓRICO EN EL GIRO DE PANADERÍA

José de Jesús Moreno Neri, Universidad Autónoma de Baja California
Virginia Guadalupe López Torres, Universidad Autónoma de Baja California
María del Mar Obregón Angulo, Universidad Autónoma de Baja California
Santiago Alejandro Arellano Zepeda, Universidad Autónoma de Baja California

RESUMEN

El presente estudio aborda el tema del sobrepeso y obesidad en México, ilustra estadísticas nacionales y de Baja California que permiten reconocer la presencia de un problema social relevante que debe atenderse con políticas públicas. Una de las medidas tomadas por el gobierno fue el incorporar a partir de 2014 un gravamen en el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios al grupo de alimentos considerados no básicos que contienen un alto contenido calórico. Por ello el interés de analizar cómo impacta este cambio a las empresas del giro de panadería a través de un estudio comparativo de las ventas en volumen y pesos, encontrando una diferencia significativa entre las ventas de 2014 respecto a las de 2013 con una variación negativa de poco más de 5%, situación que afectó las utilidades de las empresas y ocasionó la pérdida de 10 plazas de trabajo. Aunque contribuyó al pago por este concepto de más de 300,000 pesos.

PALABRAS CLAVE: IEPS, Alimentos Con Alto Contenido Calórico, Panadería

ECONOMIC IMPACT OF TAX APPLIED TO NON-CORE HIGH CALORIE FOODS IN BAKERY

ABSTRACT

This study addresses the issue of overweight and obesity in Mexico. It illustrates national statistics and statistics related to Baja California. These statistics are used for recognizing the presence of a significant social problem that must be addressed by public policies. One measure taken by the government was incorporated in a 2014 assessment on the Special Tax on Production and Services (IEPS). The group did not consider basic foods that contain a high caloric content. We find a significant difference between sales in 2014 compared to 2013 with a negative variation just over 5%. This change which affected the profits of companies and caused the loss of 10 jobs.

JEL: M2, M4

KEYWORDS: IEPS, High-Calorie Foods, Bakery

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con Dávila-Torres, González-Izquierdo y Barrera-Cruz (2015, p.242) “el exceso de peso corporal (sobrepeso y obesidad) se reconoce como uno de los retos más importantes de la salud pública en el mundo debido a su magnitud, la rapidez de su incremento y el efecto negativo que ejerce sobre la salud de la población que la padece”. Sobrepeso y obesidad son enfermedades derivadas del

estilo de vida urbano, que afecta a un alto porcentaje de la población citadina, en México, la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012 (ENSANUT2012) señala que 26 millones de adultos presentan sobrepeso y 22 millones, obesidad. Cifras que representan un reto para la Secretaría de Salud (SS) en términos de promoción de estilos de vida saludables y desarrollo de políticas públicas para revertir el entorno obesigénico, caracterizado por mayor acceso a alimentos con alta densidad energética y bebidas con aporte calórico, mayor tamaño de porción de alimentos, vida sedentaria y un ambiente de constante promoción del consumo de productos no saludables (Instituto Nacional de Salud Pública, 2013a).

En el caso de Baja California la ENSANUT2012 indica que la prevalencia de sobrepeso y obesidad en los menores de cinco años fue de 11.9%. Mientras las prevalencias de sobrepeso y obesidad para niños en edad escolar (5-11 años) fueron 24.9 y 17.3%, respectivamente (la suma de sobrepeso y obesidad, resulta de 42.2%, cifra mayor al reporte nacional de 34.4%). En el caso los adolescentes (12-19 años) las prevalencias nacionales de sobrepeso y obesidad fueron 19.8% y 14.6%, respectivamente, condición que es mayor para las niñas. En Baja California un 40.7% de los adolescentes presentan sobrepeso más obesidad, prevalencia que también es mayor a la reportada en el ámbito nacional (35%). De igual forma se mostró una prevalencia mayor para las mujeres (42.5%), en comparación con los hombres (39.2%) (Instituto Nacional de Salud Pública, 2013b). Estas cifras crecen en el caso de los adultos, donde la prevalencia de sobrepeso y obesidad en mujeres fue de 73.8% y en hombres de 75.9%. La prevalencia de obesidad fue 24.0% más alta en mujeres (43.8%) que en hombres (35.3%), mientras que la prevalencia de sobrepeso fue mayor en hombres (40.6%) que en mujeres (30.1%) (Instituto Nacional de Salud Pública, 2013b).

Estos datos son de llamar la atención, al respecto Dávila-Torres *et al.* (2015, p.243) refieren estudios de Franco (2010 y 2012), Stevens *et al.* (2008), García *et al.* (2008) y Márquez (2011) para argumentar que hoy día México y Estados Unidos “ocupan los primeros lugares de prevalencia mundial de obesidad en la población adulta (30%), la cual es diez veces mayor que la de países como Japón y Corea (4%). Respecto a la población infantil, México ocupa el cuarto lugar de prevalencia mundial de obesidad, aproximadamente 28.1% en niños y 29% en niñas, solo superado por Grecia, Estados Unidos e Italia”. Las estadísticas anteriores ilustran la urgente necesidad de intervenir sobre los factores de riesgo que inducen la obesidad en la población, tema que debe ser prioridad al planificar acciones y políticas para su prevención y control (Instituto Nacional de Salud Pública, 2013b). Este panorama no es privativo de México, también se presenta en algunos países latinoamericanos, por ello se han promovido iniciativas regulatorias en la región, las cuales apuntan a controlar y revertir esta tendencia, con especial foco en los niños. Tales medidas se centran principalmente en áreas como la publicidad, el etiquetado de alimentos y bebidas, la oferta de alimentos en escuelas y la creación de impuestos específicos a ciertos productos alimenticios (Giudice, 2013). La tabla 1 ilustra algunas de las iniciativas aplicadas en el mundo. Es pertinente señalar que el análisis económico considera a la obesidad una consecuencia del progreso. Considerando que las personas eligen libremente qué comer y el tiempo que dedican al ejercicio, dadas sus preferencias, su renta y los precios relativos, pero la existencia de fallas de mercado en este sector hacen que las decisiones no puedan considerarse óptimas. Del reconocimiento de este argumento surge la justificación de la intervención por parte del Estado (Mussini y Temporelli, 2013).

En tal sentido en México estableció incorporar un gravamen en el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) a un grupo de alimentos considerados no básicos y que contienen un alto contenido calórico. Propuesta de la Cámara de Diputados con el fin de combatir los problemas de sobrepeso y obesidad, para inhibir el consumo de alimentos considerados riesgosos y causa de enfermedades crónicas (PAF, 2014). Este impuesto entró en vigor a partir del 1º de enero de 2014, grava las personas físicas o morales, que enajenen alimentos no básicos, con una densidad calórica de 275 kilocalorías o mayor por cada 100 gramos, entre los que se encuentran: botanas, productos de confitería, chocolate y demás productos derivados del cacao, flanes, dulces de fruta y hortalizas, cremas de cacahuete y avellanas, dulces de leche, alimentos preparados a base de cereales, helados, nieves y paletas de hielo (LIESPS, 2015).

Tabla 1: Iniciativas Para Regular el Problema de Obesidad

País- año	Iniciativa	Descripción
Chile 2012	Ley 20.606	Los alimentos con altos niveles de calorías, azúcar, grasa y sodio deben informar su condición mediante un mensaje en sus etiquetas. Prohíbe su publicidad dirigida a niños menores de 14 años y su venta en escuelas.
Perú 2013	Ley 30.021	Establece el uso de mensajes en etiquetas de alimentos con altos contenidos de nutrientes críticos y la prohibición de su publicidad dirigida a menores de 16 años y herramientas para el control de la obesidad infantil.
Argentina 2008	Ley 26.396	Instrumenta campañas informativas relativas a los trastornos alimentarios.
Hungría 2011	Impuesto a alimentos no sanos	Grava con USD 0,05 a cada alimento con alto contenido de azúcar, sal, carbohidratos o grasa
Dinamarca 2011	Impuesto a las grasas	Tasa con un impuesto de 16 coronas (USD 2,9) por kilogramo de grasas saturadas en productos como la mantequilla, queso, leche, pizza y carne.

EUA, Noruega (1981), Samoa (1984), Australia (2000), Polinesia (2002), Fiji (2006), Nauru (2007), Finlandia (2011), y Francia (2012), han creado un impuesto a los refrescos y bebidas azucaradas, considerándolo una medida de salud pública. Esta tabla resume los países que han aplicado políticas públicas en la modalidad de leyes para inhibir el consumo de ciertos productos considerados no saludables como aquellos con alto contenido de azúcar y harinas refinadas. Destacan los países europeos dado que algunos de ellos aplicaron esta estrategia desde hace más de 30 años, en de Latinoamérica sobresalen Argentina, Chile y Perú. Estos datos ilustran que la estrategia viene aplicándose alrededor del mundo y que México en forma tardía planteó su aplicación. Fuente: Elaboración propia con datos de Giudice (2013), congreso de Argentina, y Vega (2013).

El objetivo del impuesto es desalentar la compra de estos alimentos, así los consumidores en condiciones de elegir optaran por los mejores para su salud, también busca incentivar a la industria a adecuar sus productos con menores contenidos de grasas y azúcares. Es pertinente destacar la naturaleza del IEPS, impuesto indirecto que grava ciertos productos que tienen un gran impacto en la sociedad como son: bebidas alcohólicas, cigarros, refrescos, plaguicidas, combustibles fósiles y alimentos no básicos con alto contenido calórico. Los contribuyentes al enajenar este bien lo trasladan al comprador, siendo este quien finalmente paga el impuesto por la adquisición de los productos, para el presente caso son los denominados alimentos no básicos con alto contenido calórico, y dentro de estos se encuentra el pan dulce, al respecto este estudio se enfoca a medir el impacto económico de los negocios con el giro de panadería que se ven afectados por la causación de este impuesto, ya que el precio de varios de sus productos se elevó.

Además dichos contribuyentes están obligados a identificar en sus sistemas qué productos tasan IEPS y cuáles no están obligados al pago de este impuesto, de manera que deben reportar la información requerida para dar cumplimiento con esta obligación, misma que deben hacer a través del pago referenciado, debiendo anotar el importe mensual de la venta de los mismos y obtener el cálculo en forma automática, al cual se le podrá disminuir el impuesto acreditable que se obtiene al realizar compras de materias primas para su elaboración. De acuerdo con el artículo segundo de la LIEPS en su fracción primera, inciso J, se establece que las personas ya sean físicas o morales que enajenen estos alimentos no básicos de los cuales presenta una lista de productos con una densidad calórica de 275 kilocalorías o mayor por cada 100 gramos deberán cubrir un impuesto del 8%.

Cuando estos alimentos cumplan con las disposiciones relativas a la información de la etiqueta, los contribuyentes podrán tomar en consideración las kilocalorías ahí manifestadas. Tratándose de alimentos que no tengan la etiqueta mencionada, se presumirá, salvo prueba en contrario, que tienen una densidad calórica igual o superior a 275 kilocalorías por cada 100 gramos, para las personas que venden a granel como pueden ser: pepitas tostadas, cacahuates, dulces a granel, entre otros, son sujetos de este impuesto, para demostrar que los artículos no rebasan las kilocalorías ya indicadas podrán acudir a un especialista, un químico en alimentos quien podrá asegurar su contenido calórico. La tabla 2 contiene el listado de los alimentos no básicos con alto contenido calórico, de conformidad con el artículo 2º, fracción I, inciso J de la Ley del Impuesto especial sobre producción y servicios.

Tabla 2: Listado de Alimentos Con Alto Contenido Calórico

Producto	Comprende
Botanas	Productos elaborados a base de harinas, semillas, tubérculos, cereales, granos y frutas sanas y limpios que puedan estar fritos, horneados y explotados o tostados y adicionados de sal.
Productos de confitería	Dulces y confites, quedan comprendidos los caramelos, el dulce imitación de mazapán, gelatina o grenetina, gelatina preparada o jaletina, malvavisco, mazapán, peladilla, turrón, entre otros.
Chocolate y derivados del cacao.	Producto obtenido por la mezcla homogénea de cantidades de pasta de cacao, o manteca de cacao, o cocoa con azúcares u otros edulcorantes, ingredientes opcionales y aditivos para alimentos, cualquiera que sea su presentación.
Flanes y pudines	Flan: dulce que se hace con yemas de huevo leche y azúcar, y se cuaja a baño maría en un molde bañado de azúcar tostada, lleva harina y se añade otro ingrediente como café, naranja, vainilla. Pudin: dulce que se prepara con bizcocho o pan deshecho en leche y con azúcar de frutas secas.
Dulces de frutas y hortalizas	Productos como ates, jaleas o mermeladas, obtenidos por la cocción de pulpas o jugos de frutas u hortalizas con edulcorantes adicionados o no de aditivos para alimentos.
Cremas de cacahuete y avellanas	Pasta elaborada de cacahuates o avellanas, tostadas y molidos, generalmente salada o endulzada.
Dulces de leche	Comprende la cajeta, el jamoncillo y natillas.
Alimentos preparados a base de cereales	Son alimentos preparados a base de cereales, ya sea en hojuelas, aglomerados o anillos de cereal, pudiendo o no estar añadidos con frutas saborizantes
Helados, nieves y paletas de hielo.	Alimento elaborado mediante la congelación, con agitación de una mezcla pasteurizada compuesta por una combinación de ingredientes lácteos, que puede contener grasas vegetales permitidas, frutas, huevo, sus derivados y aditivos para alimentos.

Esta tabla ilustra a detalle los alimentos que enumera la ley del impuesto especial a la producción y servicios y que contienen una densidad calórica mayor de 275 kilocalorías y que por ende deben pagar un impuesto del 8%. Lo cierto es que este impuesto forma parte del precio de venta, lo que genera un incremento, mismo que constituye el elemento inhibitor. La lógica del gobierno es que el mayor precio incidirá en una reducción de ventas y por ende en su consumo. Fuente: Elaboración propia en base a art 2º. Fr. I inciso J de LIEPS.

El artículo séptimo de la LIEPS indica que se considera enajenación toda transmisión de propiedad aún en la que el vendedor se reserve el dominio del bien en cuestión, también el faltante de materias primas o de bienes en el almacén, esto obliga a los contribuyentes a tener un control de inventarios para que en una revisión la autoridad no les detecte faltantes y que por ende se tenga que causar este impuesto. Asimismo el artículo ocho de la misma ley, no contempla exenciones para las personas que enajenen este tipo artículos con público en general, si lo causan y también tienen que trasladarlo, no lo desglosan en el comprobante, pero si considerarlo en sus papeles de trabajo. En el caso del contribuyentes del Régimen de Incorporación Fiscal tienen un decreto publicado el 26 de diciembre de 2013, donde tienen un estímulo fiscal equivalente al mismo IEPS que causan, lo que equivale a que no lo cobren al cliente para que no lo tengan que pagar siempre y cuando se realice con público en general, en caso de que la venta se haga con una empresa tendrán que trasladarlo y desglosarlo en la factura y enterarlo.

Los contribuyentes causantes de este impuesto tendrán la obligación de proporcionar trimestralmente al Sistema de Administración Tributaria (SAT), en los meses de abril, julio, noviembre y enero del año, información sobre sus 50 principales clientes y proveedores del trimestre inmediato anterior al de su declaración. Toda esta serie de actividades y obligaciones que tienen que realizar los contribuyentes, son como consecuencia del cumplimiento de la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes, emitido el 31 de octubre de 2013, debido a que México tiene una de las mayores prevalencias de esas enfermedades en el mundo. El gravar estos alimentos con este impuesto, con el fin de erradicar la obesidad, no es considerada una acción correcta para los nutriólogos, indican que lo que se busca con esta medida es que el gobierno obtenga más ingresos, aprovechándose de esta epidemia que afecta a la población mexicana. Para ellos la solución es bajar el precio de la comida sana, como son las frutas, verduras y cereales, para que estos tengan mayor preferencia sobre los productos chatarra, porque a pesar del incremento a su precio, los ciudadanos seguirán consumiéndolos, porque es sencillo obtenerlos en cualquier lugar, o porque la comida sana es costosa (Crespo, 2013). Considerando este escenario, el objetivo de esta investigación es medir el impacto económico que tienen los negocios con giro de panadería que enajenen los alimentos de referencia, determinar el comportamiento de sus ventas obtenidas en los ejercicios de 2013 y 2014, a fin de valorar si la medida ha disminuido su consumo, es decir, se presenta una baja en el volumen de ventas. Para el logro de este objetivo la ponencia se integra de cinco apartados iniciando con el presente destinado a introducir al lector en el tema, seguido del marco teórico donde se definen conceptos e

ilustran casos; posteriormente se define el método, se presentan los resultados y se emiten las consideraciones finales.

REVISIÓN LITERARIA

Perea-Martínez, López-Navarrete, Padrón-Martínez, Lara-Campos, Santamaría-Arza, Ynga-Durand, Peniche-Calderón, Espinosa-Garamendi y Ballesteros-del Olmo (2014, p. 317) definen a la “obesidad como una enfermedad inflamatoria, sistémica, crónica y recurrente, caracterizada por el exceso de grasa corporal y un sinnúmero de complicaciones en todo el organismo”. Para la Organización Mundial de la Salud (OMS) la obesidad es una epidemia de una enfermedad crónica no transmisible que inicia a edades tempranas con un origen multicausal (Álvarez-Dongo, Sánchez-Abanto, Gómez-Guizado, y Tarqui-Mamani, 2012).

Es importante destacar que tanto el sobrepeso y la obesidad se definen como “una acumulación excesiva de grasa”, que el índice de masa corporal (IMC) “es un indicador de la relación entre el peso y la talla”, que se considera la medida más útil para diagnosticarlo en la población, puesto que es la misma para ambos sexos y para los adultos de todas las edades. Para la OMS un IMC igual o superior a 25 determina sobrepeso y un IMC igual o superior a 30 determina obesidad (Franco, 2010 en Dávila-Torres, González-Izquierdo y Barrera-Cruz, 2015, p. 242). Para Álvarez-Dongo, Sánchez-Abanto, Gómez-Guizado, y Tarqui-Mamani (2012) la adopción de dietas con alto contenido de grasas saturadas, azúcares, carbohidratos, y bajas en grasas polinsaturadas y fibras, obedece a la mayor disponibilidad y bajo costo de los alimentos con alto contenido energético, a pesar de que se reconoce al sobrepeso y obesidad como factores de riesgo para el desarrollo de enfermedades crónicas como la diabetes, la hipertensión arterial, y las enfermedades cardiovasculares. Por ello, desde la perspectiva económica, se calcula que la obesidad representa un 17.4% de incremento en los costos individuales directos asociados con su tratamiento en comparación con las personas de peso normal, lo que ocasiona un promedio de 15.8 días de ausentismo laboral anual (Aquino-Vivanco, Aramburu, Munares-García, Gómez-Guizado, García-Torres, Donaires-Toscano y Fiestas, 2013).

Considerando estos señalamientos, en su exposición de motivos las comisiones de Hacienda y de Estudios Legislativos del H. Congreso de la Unión, justifican gravar con IEPS a un grupo de alimentos no básicos con alta densidad calórica, como son las frituras, confitería, dulces, alimentos preparados a base de cereales, entre otros, debido al grave problema de obesidad de México, que incide en riesgos de padecer enfermedades crónicas como son: diabetes mellitus, hipertensión arterial, enfermedades coronarias, embolias cerebrales, así como el cáncer de mamá, esófago, colón, cervicouterino, riñón entre otros. Por ejemplo, la diabetes mellitus no aparecía en las principales causas de muerte hasta 1990. Hoy en día es la principal causa de defunción en todo el país; indicadores básicos de México en 2008, señalaban ya porcentajes preocupantes, su prevalencia en adultos era de 14.4%, una de las más altas del mundo, correspondiendo un 16.74% para mujeres y el 11.87% para hombres, en el caso de hipertensión arterial era de 43.2% (Dantés, 2011).

Las estadísticas internacionales indican que la obesidad es la principal causa de muerte en países de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y que México es el segundo país del organismo con más obesidad con el 30% de su población adulta, superado sólo por los Estados Unidos que tiene el 35%, el promedio de obesidad en los países pertenecientes a esta organización es del 22%. Ponderando el problema de obesidad infantil internacionalmente, México es el octavo país en niños y cuarto en niñas, muy por encima del promedio de los países miembros de la OCDE (Lucero, 2012).

En México la obesidad va en aumento y como enfermedad tiene un costo por servicios de salud que afecta su desarrollo económico y social. Estimaciones de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) señalan que su costo fue de 67,000 millones de pesos en 2008, esto obliga a las autoridades a tomar medidas para reducirla. La ENSANUT2012 indica que de no hacer nada para reducirla en 2017 los costos podrían ascender a 101,000 millones de pesos. Además, se debe considerar que existen otros costos asociados, como los relacionados con la muerte prematura y la disminución en la productividad laboral, la problemática

financiera que enfrentan las familias que tienen que ejercer los gastos ocasionados por una enfermedad crónica debido al sobrepeso y la obesidad (Pacheco, 2015).

Estas cifras y estudios ilustran que el crecimiento del sobrepeso y obesidad en los mexicanos representan un grave problema sanitario que provoca efectos negativos en la productividad de las empresas, el desempeño escolar y el desarrollo económico del país. Pero se trata de un problema mundial, por ejemplo, en Brasil, estudios nacionales realizados en los años 1974-1975, 1989, y en la Encuesta de Presupuestos Familiares (POF 2002-2003), evidenciaron un aumento en las prevalencias de obesidad, viéndose más acentuado en el grupo femenino, especialmente en las mujeres de bajos ingresos (Nogueira 2010 y Ferreira 2006 en Beltrán, Saldívar, Nava, y Martínez, 2014). La magnitud del problema ha captado la atención de varios investigadores para estudiarlo, entre ellos Beltrán *et al.* (2014, p.105) quienes exploraron algunos de los determinantes sociales y económicos de la obesidad en los habitantes de Medellín, en Colombia, “encontrando evidencia de la asociación negativa entre la obesidad y el estatus socioeconómico”.

En el mismo sentido Álvarez-Dongo, Sánchez-Abanto, Gómez-Guizado y Tarqui-Mamani (2012) señalan a la mayor disponibilidad de alimentos a bajo costo como la vía que ha permitido a la población acceder a alimentos con alto contenido energético. Complementariamente Ortiz-Hernández, Pérez-Salgado y Tamez-González (2015) indican que la pobreza alimentaria (entendida como la insuficiencia de ingresos para cubrir necesidades de alimentación) en el 2010 era experimentada por el 18.8% de la población mexicana, situación que puede estar incidiendo en sobrepeso y obesidad. De ahí la pertinencia de la política al incrementar los impuestos e inducir un aumento de los precios. Los individuos, al enfrentar precios más altos, teóricamente responden con la reducción de su consumo. La contabilidad es un fenómeno global, pero los impuestos son materia local; considerando estos planteamientos Mayoral y Segura (2009) deducen que la relación entre contabilidad e impuestos es singular para cada país, y por tanto la evidencia que se pueda documentar no es extrapolable a otros ámbitos espaciales y temporales. Lo que sí es aplicable a nivel mundial es el hecho de que los impuestos afectan a las empresas no solo por su efecto en el estado de resultados, sino también a nivel financiero, como origen y aplicación de fondos (Dapena, 2014).

Desde el punto de vista recaudatorio, una vez que entró en vigor la Reforma Hacendaria de 2014, la recaudación de impuestos al finalizar el primer trimestre fue mayor en un 3.8% en relación con el mismo periodo del año 2013; de Impuesto Sobre la Renta (ISR) se obtuvo una recaudación mayor en un 6.9%; del Impuesto al Valor Agregado (IVA) también se tuvo un incremento del 17.1% y el IEPS se aumentó en un 18.2% debido principalmente al impuesto a las bebidas azucaradas y a los alimentos con alto contenido calórico (Zamudio, 2014), este incremento representa 25 mil millones de pesos (ver tabla 3).

Tabla 3: México: Ingresos Tributarios, Enero-Marzo 2014, Millones de Pesos

Concepto	Programado	Observado	Diferencia
ISR, IETU E IDE	270,145.8	273,773.20	+3,627.40
IVA	151,782.2	169,706.70	+17,924.5
IEPS	27,277.9	29,277.90	+2,000.00
OTROS	12,903.8	14,322.90	+1,419.10
TOTAL	462,109.7	487,080.70	+24,971.00

La tabla ilustra el monto en millones de pesos de los ingresos tributarios del Gobierno Federal de México por concepto de ISR, IETU, impuesto a los depósitos en efectivo (IDE), IVA, IEPS y otros. Se presenta un comparativo entre el presupuesto programado, el observado y la diferencia, esta última resulta positiva, es decir en apariencia el gobierno está recaudando mayores montos por concepto de impuestos, pero sería pertinente poder evaluar estos datos considerando la inflación. Fuente: SHCP (2014).

Por otra parte, es importante destacar que el giro de panadería es uno de los que padece el efecto del IEPS o impuesto no básico con alto contenido calórico. Aun cuando líderes del sector como Daniel Servitje de Bimbo apoyaron desde su inicio esta medida, el consumo de pan dulce ha descendido un 9%, casi la misma cantidad que el impuesto (8%). Sin embargo, otros productos como el bolillo y la telera han aumentado sus ventas. Para la Asociación Nacional de Proveedores de Pan (ANPROPAN), se tiene una disminución de 6%

en la venta de pan dulce y pastelillos industrializados, esto en tiendas pequeñas y en tiendas de conveniencia. En cambio, se estima que ese descenso ha podido ser del 15% en mercados de autoservicio.

El reto principal que enfrenta la industria es que el 75% de los consumidores reside en áreas remotas y marginadas donde el ingreso económico de las personas no les permite pagar más por el mismo producto. Al impuesto especial también hay que sumarle el aumento de las materias primas para la elaboración del pan, ya que tanto factores geopolíticos como el conflicto entre Rusia y Ucrania, como medioambientales ha causado incrementos en el precio del trigo. El mercado mexicano tiene un líder indiscutible, Bimbo, pero hay otras 33,000 empresas que también se dedican a la panificación. El consumo anual de pan se cifra en torno a los 32kg o 33kg, cifra que dista mucho de países como Alemania que consumen 129 kg al año (Rioja, 2014). El tasar con un impuesto e incrementarlo como una medida inhibitoria de consumo no es una práctica nueva, se ha venido aplicando en el tabaco, cuyo aumento en los precios a través de impuestos se considera la medida más efectiva para el control de la epidemia vinculada al tabaquismo. La experiencia internacional ha mostrado que a pesar de la naturaleza adictiva del tabaco, los consumidores ajustan su consumo ante cambios en el precio. Estudios para México aportan evidencia sobre su efecto: un incremento de 10% en el precio de los cigarrillos podría reducir el consumo en al menos 2.5% en promedio, y con ello, la morbilidad asociada a su consumo (Olivera-Chávez, Cermeño-Bazán, de Miera-Juárez, Jiménez-Ruiz y Reynales-Shigematsu, 2010). Empero Ortiz-Hernández, Pérez-Salgado y Tamez-González (2015) reportan el hallazgo de que conforme se asciende en la escala social es más probable la adopción de medidas de prevención y tratamiento del sobrepeso y la obesidad, en las cuales están incluidas: el consumo de frutas y verduras.

METODOLOGÍA

Esta investigación se define como exploratoria descriptiva con un diseño no experimental, se utilizó la investigación documental de estados financieros en una muestra de diez empresas seleccionadas por medio de muestreo no probabilístico en su versión sujeto tipo, todas las empresas se localizan en la ciudad de Ensenada, Baja California. El objeto de estudio se define como la empresa dedicada a la producción y venta de piezas de pan, los cuales se exhiben en forma artesanal, en charolas para su venta, es decir, no se encuentra empacado. Estas empresas se conocen como panaderías o panificadoras. A partir de los estados financieros de las empresas objeto de estudio se determinó el diferencial respecto al monto de ventas (en pesos y no en unidades) a fin de determinar si se presentó un incremento o decremento y con ello estimar el impacto económico por el impuesto aplicado a los artículos que enajenan. La hipótesis estadística establece que no existen diferencias entre las ventas (en monto: pesos y piezas: unidades) de 2013 y 2014: $H_0: \mu_{2013} = \mu_{2014}$ (o $\mu_d = 0$). Teniendo los datos de los años 2013 y 2014 se compararon, dado que en 2013 no se aplicaba el impuesto señalado y en 2014 sí, año donde se incrementó el precio de los productos debido al gravamen indicado, es decir el impuesto a pagar se trasladó al precio para que lo cubra el consumidor. Para evaluar las diferencias entre los datos se utiliza la prueba t de *student* dado que se trata de una muestra pequeña ($n=10$) según criterios estadísticos, esta prueba permite inferir si existe una diferencia y si esta resulta significativa considerando un nivel de significancia: $\alpha=0.05$ y muestras apareadas. Se utiliza este tipo de prueba porque se trata de un grupo de muestras sometido a dos escenarios, antes y después de un experimento. Los cálculos de la prueba se obtuvieron con apoyo de Excel.

RESULTADOS

El estudio se realizó en 10 microempresas del giro panadería, localizadas en la zona urbana de la ciudad de Ensenada, Baja California. La tabla 4 ilustra las ventas anuales en los años 2013 y 2014 de las 10 panaderías, donde el 80% experimentó una reducción en sus ventas de 5.32% en promedio. Las dos que experimentaron incremento en las ventas lo hicieron con un 2.69% en promedio. A simple vista se aprecia una diferencia en las ventas con tendencia negativa. Los cálculos de la prueba t de *student* se presentan en la tabla 5. El valor

p de dos colas 0.023, y resulta menor que $\alpha=0.05$, por lo tanto se rechaza la hipótesis de que la media de la distribución de las diferencias entre las ventas de pan es cero, es decir, $\mu_{2013} \neq \mu_{2014}$.

Tabla 4: Comparación de Ventas 2013-2014, Diferencia y Porcentaje de Variación

Panadería	Ventas 2014	Ventas 2013	Diferencia	Porcentaje
1	2,632,536	2,831,585	-199,049	-7.02%
2	826,044	964,009	-137,965	-14.31%
3	1,246,573	1,347,147	-100,574	-7.46%
4	1,696,797	1,742,129	-45,332	-2.60%
5	1,528,180	1,564,110	-35,930	-2.29%
6	1,170,229	1,213,972	-43,743	-3.60%
7	977,578	1,015,618	-38,040	-3.74%
8	785,466	764,186	+21,280	+2.70%
9	868,303	882,008	-13,705	-1.55%
10	272,057	264,745	+7,312	+2.68%

Esta tabla ilustra las ventas en pesos durante los años 2013 y 2014 de las 10 empresas objeto de estudio. Se ilustra que en ocho de las empresas el monto de ventas experimentó una baja y tan solo en dos un incremento. Este último resulta mínimo al igual que en la mayoría de los casos donde las ventas disminuyeron. Destacan las empresas 2 y 3 cuyos porcentajes de reducción en el monto de ventas es considerable. Fuente: Elaboración propia

Tabla 5: Prueba T Para Medias de dos Muestras Emparejadas

	Ventas 2013	Ventas 2014
Observaciones	10	10
Grados de libertad	9	
Estadístico t	2.71598436	
P(T<=t) dos colas	0.02376352	
Valor crítico de t (dos colas)	2.26215716	

La tabla ilustra los resultados de aplicar la prueba t con apoyo de Excel. Se ilustra que se cuenta con 10 datos, dado que son 10 los objetos de estudio. Los grados de libertad resultan ser 9 derivado de la resta n-1, así como el resultado del estadístico t y valor crítico según el nivel de significancia $\alpha=0.05$. Fuente: Elaboración propia con apoyo de Excel. A fin de establecer un análisis fino se desglosan las ventas por unidades de pan blanco y pan dulce (tabla 6) para determinar si existe una diferencia entre las ventas. Respecto al pan dulce en las 10 panaderías el volumen de unidades vendidas es menor en 10,645 piezas en promedio. Mientras las unidades vendidas de pan blanco solo disminuyeron en tres empresas, el promedio arroja un incremento en ventas por 1654 piezas. Para valorar si la diferencia es significativa también se aplica la prueba $H_0: \mu_{2013} = \mu_{2014}$ (o $\mu_d = 0$), con $\alpha=0.05$ usando t de Student, para muestras apareadas. Los resultados se muestran en la tabla 7. Para pan dulce el valor p de dos colas 0.013, el cual resulta menor que $\alpha=0.05$, por lo tanto se rechaza la hipótesis de que la media de la distribución de las diferencias entre el volumen de unidades vendidas de pan es cero, es decir, $\mu_{2013} \neq \mu_{2014}$. En el caso del pan blanco el valor p de dos colas 0.418, resulta mayor que $\alpha=0.05$, por lo tanto se acepta la hipótesis de que la media de la distribución de las diferencias entre las ventas de pan es cero, es decir, $\mu_{2013} = \mu_{2014}$. Es decir, el impuesto si está afectando a estas empresas, se tiene una disminución de las ventas en pesos, la cual se debe a una disminución del volumen de ventas en el pan dulce y a un nulo crecimiento de las ventas de pan blanco. Conocidos estos resultados se buscó determinar si había una afectación en la planta laboral, la figura uno ilustra el número de empleados en 2013 y 2014 para cada una de las panaderías estudiadas, destaca que en ocho de ellas en 2014 disminuyó el personal, en total 10 personas dejaron de trabajar. Resulta lógico, al tener menos ventas, hay menor producción y por ende se requiere menos personal.

Tabla 6: Ventas en Unidades de Pan Dulce y Pan Blanco en los Años 2014 y 2013

Empresa	Venta Pan Dulce Unidades		Diferencia	Venta Pan Blanco Unidades		Diferencia
	2014	2013		2014	2013	
1	258,200	296,227	-38,027	182,106	175,558	+6,548
2	83,207	100,850	-17,643	54,594	59,769	-5,175
3	131,235	140,932	-9,697	77,661	83,523	-5,862
4	180,905	182,253	-1,348	98,482	108,012	-9,530
5	152,005	163,630	-11,625	104,916	96,975	+7,941
6	116,453	127,000	-10,547	80,176	75,266	+4,910
7	97,177	106,249	-9,072	67,075	62,968	+4,107
8	78,108	79,946	-1,838	53,812	47,380	+6,432
9	86,264	92,272	-6,008	59,645	54,684	+4,961
10	27,049	27,696	-647	18,620	16,414	+2,206

La tabla muestra los datos de ventas en unidades (piezas de pan) para los años 2013 y 2014 según la clasificación del producto como pan blanco y pan dulce. Esto dado que el impuesto aplica al pan dulce por su contenido de azúcar. Puede observarse que el número de piezas de pan dulce disminuyó en todas las empresas objeto de estudio, mientras en el pan blanco el número de unidades vendidas solo disminuyó en tres empresas. Fuente: Elaboración propia

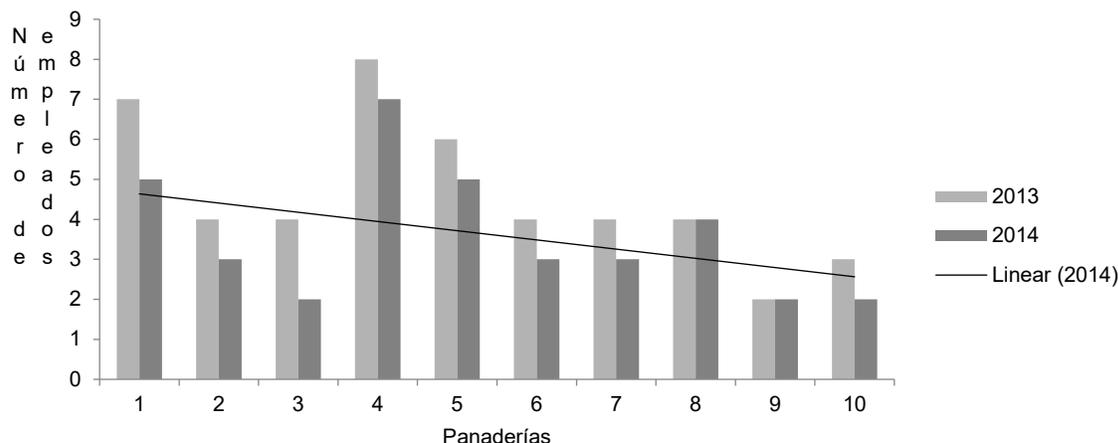
Tabla 7: Prueba T Para Medias de Dos Muestras Emparejadas

	Pan Dulce	Pan Blanco
Observaciones	10	10
Grados de libertad	9	9
Estadístico t	-3.06091485	0.84791807
P(T<=t) dos colas	0.01355156	0.4184622
Valor crítico de t (dos colas)	2.26215716	2.26215716

La tabla ilustra los resultados de aplicar la prueba t con apoyo de Excel. Se ilustra que se cuenta con 10 datos, dado que son 10 los objetos de estudio. Los grados de libertad resultan ser 9 derivado de la resta n-1, así como el resultado del estadístico t y valor crítico según el nivel de significancia $\alpha=0.05$. Fuente: Elaboración propia con apoyo de Excel. Es importante señalar que las primeras cuatro empresas (tabla 2) tributan en el régimen general, por ello están obligadas a declarar y pagar el IEPS por alimentos no básicos con alto contenido calórico (tabla 8). Cabe aclarar que la información es únicamente del ejercicio de 2014, debido a que en el 2013 no se tenía un registro separado de pan dulce y pan blanco, solo se manejaba con las bebidas gravadas por el impuesto al valor agregado. Por otro lado, las empresas tienen que enterar al fisco por la enajenación de este tipo de artículos, son cantidades que antes del 1º de enero de 2014 no tenían obligación de pagar, lo cual impacta significativamente en su economía, dado que disminuye en promedio un 5% sus utilidades.

En lo referente a las empresas restantes, estas tributan en el Régimen de Incorporación Fiscal (RIF), las cuales por decreto del 26 de diciembre de 2013, se les otorgó para el ejercicio de 2014 un estímulo fiscal que consiste en un 100% del IVA y del IEPS que deba trasladarse en la enajenación de sus bienes, que efectúen con el público en general y que está condicionado a que no se traslade al adquirente de los bienes cantidad alguna por concepto de los impuestos mencionados, así como también a que cumplan con las obligaciones de proporcionar información referente a los ingresos obtenidos y a las erogaciones realizadas. Este beneficio fiscal fue extendido para el 2015 en el decreto del 11 de marzo de 2015. Por ello estos negocios se encuentran eximidos de declarar y realizar el pago al fisco de estos impuestos y su afectación es menor.

Figura 1: Empleados de las Panaderías en 2013 y 2014



La figura presenta el número de empleados en las empresas objeto de estudio en los años 2013 y 2014, asimismo la línea de tendencia de 2014. Los datos de 2014 presentan una diferencia negativa respecto a 2013, la línea de tendencia ilustra que en el futuro puede crecer esta diferencia negativa. Fuente: Elaboración propia

Tabla 8: Integración del Monto de Ingresos de las Empresas Que Tributan en el Régimen General, e Impuesto Pagado, 2014

Empresa	Importe Pan Dulce	Importe Pan Blanco	Bebidas Que Grava El IVA	Total Ingresos 2014	IEPS Pagado
1	1,678,298	910,530	43,708	2,632,536	127,565
2	540,844	272,972	12,228	826,044	39,088
3	853,029	388,307	5,237	1,246,573	63,380
4	1,175,880	492,410	28,507	1,696,797	89,084

La tabla ilustra las empresas que de acuerdo a su régimen debieron tributar IEPS por vender piezas de pan. Las seis empresas restantes no lo pagaron por haberse afiliado a régimen de incorporación fiscal (RIF). Como el IEPS se paga según los montos de venta estos se presentan en la

tabla. Como puede verse para una microempresa de este ramo los montos de impuestos pagados son considerables. Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

La estrategia empleada por el gobierno de tasar con impuesto productos como medio inhibidor de su consumo es una práctica común en el mundo, al respecto Gregori (2014) señala que en 40 estados de Estados Unidos se tasa con impuestos a los refrescos, papas fritas, dulces y goma de mascar. Política aplicada sobre la base de la evidencia de estudios experimentales, con resultados no concluyentes y efectos insignificantes. En este caso de igual forma se evidencia que si hay una reducción en las ventas principalmente de pan dulce, las cuales se redujeron en un 5%, en términos de obesidad puede ser positivo, aunque de acuerdo con Mussini y Temporelli (2013) las externalidades se manifiestan a través de los costos individuales de la obesidad que no son financiados por el propio paciente (el costo privado es inferior a su costo social) de ahí que continúe consumiendo productos no saludables, con o sin impuestos. Por ello la propuesta de Perea-Martínez *et al.* (2014, p. 330) quienes afirman “la magnitud de los problemas de sobrepeso y obesidad, cuya prevalencia y comorbilidades aumentan a medida que avanza la edad, ha hecho declarar a los organismos internacionales como la OMS y la *International Obesity Task Force* (IOTF) que su solución está en la prevención”. Sin embargo, la creación de este impuesto viene afectando las ventas de las panaderías, lo cual ha ocasionado la pérdida de 10 plazas de trabajo, empero ha representado el pago de \$319,117 pesos al fisco por concepto del pago del impuesto.

Sin embargo, debe considerarse que en México la obesidad es uno de los muchos efectos de la pobreza, dado que el poder adquisitivo no ayuda a comer saludable. La presente investigación tiene las limitaciones propias de una muestra pequeña, en el futuro sería conveniente realizarla con un mayor número de panaderías. Además es importante analizar el impacto real de la medida, si cumple con su objetivo o solo tiene fines recaudatorios que afectan a las microempresas y ponen en riesgo las fuentes de empleo.

REFERENCIAS

Álvarez-Castaño, L. S., Goez-Rueda, J. D., & Carreño-Aguirre, C. (2012). Factores sociales y económicos asociados a la obesidad: los efectos de la inequidad y de la pobreza. *Revista Gerencia y Políticas de Salud*, 11(23), 98-110.

Álvarez-Dongo, D., Sánchez-Abanto, J., Gómez-Guizado, G., & Tarqui-Mamani, C. (2012). Sobrepeso y obesidad: prevalencia y determinantes sociales del exceso de peso en la población peruana (2009-2010). *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 29(3), 303-313.

Aquino-Vivanco, Ó., Aramburu, A., Munares-García, Ó., Gómez-Guizado, G., García-Torres, E., Donaires-Toscano, F., & Fiestas, F. (2013). Intervenciones para el control del sobrepeso y obesidad en niños y adolescentes en el Perú. *Revista Peruana De Medicina Experimental Y Salud Pública*, 30(2), 275-282.

Beltrán Guzmán, F. J., Saldívar González, A. H., Nava, F. V., & Martínez Perales, G. M. (2014). Obesidad, diabetes mellitus y pobreza. *Revista Electrónica Medicina, Salud y Sociedad*, 4(2), 257-264.

Cahuana-Hurtado, L., Rubalcava-Peñañiel, L., & Sosa-Rubí, S. (2012). *Políticas fiscales como herramienta para la prevención de sobrepeso y obesidad*.

Congreso de Argentina (2008) Ley 26.396 Disponible en:
<http://www.msal.gov.ar/ent/images/stories/insitucional/pdf/ley-26396-trastornos-alimentarios.pdf>

Crespo Gilberto. (2013). Impuestos a comida chatarra no son solución: nutrióloga. 08 mayo 2015, de NTR periodismo critico Sitio web: <http://ntrzacatecas.com/2013/11/06/impuestos-a-comida-chatarra-no-son-solucion-nutriologa/>

Dantés, O. G., Sesma, S., Becerril, V. M., Knaul, F. M., Arreola, H., & Frenk, J. (2011). Sistema de salud de México. *Salud pública de México*, 53, s220-s232.

El conta (2013). Decreto de beneficios fiscales y administrativos para 2014. En El conta. Consultado el 15 de Mayo de 2015. Disponible en: <http://elconta.com/2013/12/26/dof-26-dic-2013-decreto-de-beneficios-administrativos-para-2014/>

Dávila-Torres, J., González-Izquierdo, J. J., & Barrera-Cruz, A. (2015). Panorama de la obesidad en México. *Revista Médica del IMSS*, 53(2), 240-249.

Dapena, J. P. (2014). Ensayo sobre el efecto de los regímenes impositivos en las finanzas de la empresa en Argentina. *Documentos De Trabajo*, (557), 1-25.

Enciso L. Angélica. (2013). México entra en emergencia alimentaria, afirman en la OPS. *Sociedad y Justicia*, 15

Giudice, C. (2013). Tendencias regulatorias en América Latina para combatir la obesidad infantil. *Industria Alimenticia*, 24(8), 28-31.

Gregori, D. (2014). Evidences to validate public policies: a review with an international research perspective. *Salud Pública De México*, 56S157-S161.

Gutiérrez, E. (2013). Sancionar la gordura, un camino.

Instituto Nacional de Salud Pública (2013a). Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012. Disponible en <http://ensanut.insp.mx/>

Instituto Nacional de Salud Pública (2013b). Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012. Resultados por entidad federativa. Baja California. Disponible en http://www.insp.mx/images/stories/ENSANUT/norte/Baja_California-OCT.pdf

Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios LIEPS, (2015). Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 3 de mayo de 2015, Sitio web: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/78_010115.pdf

Mayoral, J. M., & Segura, A. S. (2009). ¿Cómo afectan los impuestos a la calidad del resultado? Evidencia empírica en las empresas españolas no cotizadas. *Revista De Contabilidad - Spanish Accounting Review*, 12(1), 117-138.

Mussini, M., & Temporelli, K. L. (2013). Obesidad: un desafío para las políticas públicas. *Estudios Sociales: Revista De Investigación Científica*, 21(41), 165-184.

Olivera-Chávez, R. I., Cermeño-Bazán, R., de Miera-Juárez, B. S., Jiménez-Ruiz, J. A., & Reynales-Shigematsu, L. M. (2010). El efecto del precio del tabaco sobre el consumo: un análisis de datos agregados para México. *Salud Pública De México*, 52S197-S205.

Ortiz-Hernández, L., Pérez-Salgado, D., & Tamez-González, S. (2015). Desigualdad socioeconómica y salud en México. *Revista Médica del IMSS*, 53(3), 336-347.

Pacheco Jessica. (2015). Come sano, tus hijos te observan. 13 mayo 2015, de Innutrition Sitio web: <http://www.innutrition.mx/blog-innutricionando/come-sano-tus-hijos-te-observan>

Perea-Martínez, A., López-Navarrete, G. E., Padrón-Martínez, M., Lara-Campos, A. G., Santamaría-Arza, C., Ynga-Durand, M. A., & ... Ballesteros-del Olmo, J. C. (2014). Evaluación, diagnóstico, tratamiento y oportunidades de prevención de la obesidad. *Acta Pediátrica de México*, 35(4), 316-337.

Prontuario de Actualización Fiscal PAF, (2014). IEPS para productos con alta densidad calórica, 29 de abril de 2014, en: <http://www.e-paf.com/index.php/noticias-y-articulos/noticias-y-articulos-web/impuestos-federales/746-ieps-para-productos-de-alta-densidad-calorica>.

Rioja-Scot Ivan. (2014). Informe anual de México. 12 de mayo de 2014, de Industria Alimenticia Sitio web: <http://www.industriaalimenticia.com/articles/87404-informe-anual-de-mexico>

Vega Franco, L. (2013). Impuesto a las bebidas azucaradas con y sin gas, ¿como medida de salud pública? *Revista Mexicana De Pediatría*, 80(6), 221-222.

Zamudio, E. E. (2014). Sobre el crecimiento y las finanzas públicas de México en 2014. *Economía Informa*, 2014(387), 110-116.

BIOGRAFÍA

José de Jesús Moreno Neri es Maestro en Administración por la Universidad Autónoma de Baja California. Profesor Titular Nivel B de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Baja California, adscrito a la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales. Se puede contactar en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Boulevard de los lagos y Boulevard Sánchez Zertuche sin número Ensenada Baja California, México, Correo electrónico jjmoreno@uabc.edu.mx

Virginia Guadalupe López Torres es Doctora en Administración por la Universidad Autónoma de Baja California. Profesor Titular Nivel C de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Baja California, adscrita a la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales. Se puede contactar en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Boulevard de los lagos y Boulevard Sánchez Zertuche sin número Ensenada Baja California, México, Correo electrónico virginia.lopez@uabc.edu.mx

María del Mar Obregón Angulo es Maestra en Contaduría por la Universidad Autónoma de Baja California. Profesora Titular Nivel B de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Baja California, adscrita a la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales. Se puede contactar en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Boulevard de los lagos y Boulevard Sánchez Zertuche sin número Ensenada Baja California, México, Correo electrónico marymar@uabc.edu.mx

Santiago Alejandro Arellano Zepeda es Maestro en Impuestos por CETYS Universidad. Profesor Titular Nivel B de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Baja California, adscrito a la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales. Se puede contactar en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Boulevard de los lagos y Boulevard Sánchez Zertuche sin número Ensenada Baja California, México, Correo electrónico alejandroarellano@uabc.edu.mx

EVALUACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA COMO ELEMENTO DE ANÁLISIS DEL DESEMPEÑO DE UN DESTINO TURÍSTICO: CASO CANCÚN

Christine Mc Coy, Universidad del Caribe

RESUMEN

El modelo de desarrollo con el que se conceptualizó Cancún estuvo basado en un amplio estudio de capacidad de carga que evaluó la infraestructura necesaria todo a un horizonte de 30 años. Fue la primera zona turística en contar con un plan maestro de desarrollo que daría vida a los Centros Integralmente Planeados en México, con una visión innovadora porque contempló un polo turístico sustentable y equilibrado con interesantes oportunidades de empleo e inversión, siempre en armonía con el entorno natural. En este trabajo se realiza un diagnóstico de la situación que ha llevado a Cancún a perder la sustentabilidad. Para lo anterior se realizó una evaluación del manejo de usos de suelo de la Zona turística para con ello realizar un análisis de la capacidad de carga turística actual con base dos aspectos: 1) El perfil del turista mediante el análisis de la tasa de crecimiento turística y la tasa de crecimiento de la derrama y 2) los impactos generados por la actividad turística en la capacidad de carga biótica, ambiental, económica, cultural y social. Se encontró que el perfil del turista se ha deteriorado; por otra parte los impactos del turismo han afectado la capacidad de carga biótica y ambiental, económica y cultural, a pesar de ser aceptable la capacidad de carga social. Mostrando así que el crecimiento acelerado y desordenado ha llevado a enfrentar una situación que lo aleja de ser un destino turístico sustentable.

PALABRAS CLAVE: Capacidad de Carga Turística, Destino Turístico Sustentable, Desarrollo Sustentable Cancún

TOURISM CARRYING CAPACITY EVALUATION AS AN ELEMENT OF A TOURISM DESTINY PERFORMANCE: A CANCUN CASE STUDY

ABSTRACT

The model of development in this paper was based on a comprehensive study of carrying capacity that evaluated infrastructure needed based on a certain amount of rooms and the population size that would live in down town in 30 years. Cancun was the first tourist destination to have a development master plan that gave life to the concept of integrally planned centers in Mexico. At the time, this was an innovative vision because it contemplated a balanced and sustainable tourist destination with interesting opportunities of employment and investment, always in harmony with the natural environment. In this work a diagnosis of the situation that led Cancun to lose its sustainability is performed. For this assessment the management of land-use of the touristic zone was evaluated to make an analysis of the tourist current capacity based on two aspects: 1) The profile of tourists through the analysis of tourist growth rate and the growth rate of the income and 2) the impacts generated by tourism activity in the biotic load, environmental, economic, cultural and social capacity. We found that the profile of tourists has been affected, so it has impacted tourism sustainability. On the other hand, the biotic and

environmental carrying capacity exceeded what represents an impact on the environmental sustainability. The economic and cultural carrying capacity are equally damaged, so the social sustainability goal despite being acceptable is not met. The foregoing demonstrates that accelerated and disordered growth has led Cancun to confront a situation that keeps it from being a sustainable tourist destination.

JEL: O01, O02

KEYWORDS: Touristic Carrying Capacity, Sustainable Tourist Destination, Sustainable Development, Cancun

INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en uno de los sectores socioeconómicos de mayor impacto en el mundo y uno de los principales componentes del comercio internacional, donde el 6% de las exportaciones mundiales se generan gracias a este sector. De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT), se espera que para el año 2030, existan cerca de 1.800 millones de turistas internacionales, mientras que los ingresos se contempla sean del orden de los \$ 2 trillones de dólares (OMT, 2014). Tanto el turismo internacional como doméstico están creciendo rápidamente en países en desarrollo a la par que impulsan su sector turístico (OMT, 1998). De acuerdo al último reporte de la OMT el turismo representa 9% del PIB mundial y genera 1 de cada 11 empleos (OMT, 2014). En 2012 México recibió 23,4 millones de turistas que generaron un ingreso de 12,739 millones de dólares. En esta sintonía, el turismo representó el 80.1% del ingreso de divisas al país, contribuyó con el 8.4% del PIB y generó 2 millones de empleos directos de acuerdo a los datos presentados por el Consejo de Promoción Turística de México citados por (sistema integral de información de mercados turísticos (SIIMT) , 2014). Quintana Roo, México no es la excepción, con un crecimiento del PIB estatal del 6.8 y de 6.6 en el PIB del sector terciario (Secretaría de Economía, 2014). Tiene una contribución del 11.3% al PIB turístico Nacional (Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México, 2014).

La actividad turística, en los últimos años se ha convertido en un eje toral para muchas economías a nivel mundial y en particular para Cancún, Quintana Roo, que destaca por su turismo costero de Sol y Playa y que recibió en 2013 un total de 3 millones 728 mil 247 turistas de acuerdo a cifras oficiales de gobierno del estado (SEDETUR, 2013) donde ha sido evidente el fuerte desarrollo que ha mostrado el destino a lo largo de su vida. La competitividad turística implica tres conceptos básicos: 1) Rentabilidad.- que significa generar riqueza a través del uso eficiente y eficaz de los recursos; 2) Sustentabilidad para asegurar que el desarrollo se logre en equilibrio con los recursos ecológicos, sociales y económicos de la región y 3) Comparabilidad que es definir conceptos medibles y consistentes que sean comparables a través del tiempo y el espacio (Tecnológico de Monterrey , 2012). Para Coccossis (2001) las áreas costeras, como es el caso de Cancún, están normalmente asociadas al turismo masivo, a las construcciones de gran escala e infraestructura, al desarrollo intensivo del uso de suelo y a una urbanización extensiva lo que podría repercutir en la sustentabilidad del destino. Es innegable admitir que esta actividad turística genera presión sobre el ambiente natural y cultural de las entidades donde se desarrolla con lo que afecta las estructuras sociales, el medioambiente, el patrón de las actividades económicas y el uso de suelo (Coccossis, 2001).

Como medida de control es importante reconocer que existe una capacidad de carga de acogida o capacidad de carga turística que busca determinar el uso máximo que puede hacerse de un lugar sin deteriorar sus recursos, reducir los niveles de satisfacción de los turistas o de impactos negativos sobre la sociedad, la economía o la cultura local como lo menciona Díaz (Flores & Parra 2007). Sin embargo, esta capacidad de carga no es un concepto científico o una fórmula que pretenda encontrar un número fijo, los límites que se establezcan deben de ser considerados como una guía y deberán de ser constantemente monitoreados y complementados por otros estándares de acuerdo a Saveriades (Coccossis, 2001, 2004)

La capacidad de carga no es un término estático, al contrario es dinámico, ya que varía de una comunidad a otra (Kuruhada, 2013; Rivas, 1997); y cuya determinación, está influenciada por variables de tipo ambiental, cultural, económico y social y pretende cuantificar mediante el uso de indicadores ambientales y manejo de turismo, el límite de volumen de visitantes que pueden soportar los recursos naturales de un área determinada (SECTUR, 2007). Mediante la capacidad de carga turística se busca establecer límites de crecimiento al desarrollo turístico en pos de un desarrollo sustentable porque si dicha capacidad de carga se ve rebasada la evolución del destino se verá afectada (Rivas, 1997).

En este sentido Clawson y Kenetsch sugieren que la capacidad de carga está muy relacionada con el concepto de aglomeración, ya que para cada individuo existe un punto de partida del cual el disfrute disminuye debido a la presencia de demasiada gente (Rivas, 1997). Es decir, “cuando no existen aplicaciones técnicas de capacidad de carga, medidas de amortiguamiento y niveles de tolerancia de suelo, flora y fauna el turismo significa llegada masiva de personas, congestionamientos, ruido, basura, ruptura de ciclos de vida animal, extinción de fauna y flora, contaminación humana en ríos y playas” (Castellanos, 2012). Así mismo, el incremento de flujo turístico, ya sea nacional o internacional, por arriba de la capacidad de carga debido al incremento de hoteles y centros comerciales deteriora el área de acuerdo a Lindberg (Brilliant, Vince, & Pradeepkumar, 2013) y está inversamente relacionado con la calidad de vida de quienes habitan dichos destinos (Hardin, 2003).

El resto de esta investigación está organizada como sigue. En la sección de marco teórico se realiza un breve análisis de los fundamentos de la sustentabilidad y su relación con el desarrollo sustentable en seguida se explica su relación con la capacidad de carga turística, para hacer referencia posteriormente a la planeación y los usos de suelo. En la siguiente sección se presenta la metodología utilizada destacando que se utilizó un análisis comparativo de usos de suelos turísticos en la Zona Hotelera de Cancún y con ello se ejecutó el análisis de Capacidad de Carga Turística dividida en dos fases: el perfil del turista y sus impactos. El siguiente apartado muestra el marco referencial en el que se esboza una breve semblanza del destino evaluado y una breve explicación de los planes de desarrollo evaluados y sus principales cambios y finalmente se presentan los resultados y unas breves conclusiones.

Marco Teórico

Sustentabilidad y Desarrollo Sustentable

La sustentabilidad y el desarrollo sustentable de acuerdo a Bell y Morse (2003) son enfoques multidisciplinarios, multi-escala y multi-perspectiva porque abarcan la economía, la cultura, las estructuras sociales, el uso de recursos entre otros elementos (Díaz, 2011). El concepto de desarrollo sustentable fue usado por primera ocasión en un estudio llamado Estrategia de Conservación Mundial publicado en 1980 por la unión internacional para la conservación natural (IUCN por sus siglas en Inglés) organización apoyada por el programa medioambiental de Naciones Unidas (UNEP) y el Fondo Internacional de la vida salvaje (WWF) (López, 2009). Tres años después, la Comisión Mundial de Desarrollo Ambiental (WCED) fue creada bajo la dirección de Gro Harlem Brundtland, quien junto con un grupo de expertos publicó en 1987 un reporte llamado Nuestro Futuro Común, mejor conocido como reporte Brundtland. Según Jamienson, (1998) el propósito de la Comisión Brundtland de articular la palabra sustentable con el término desarrollo fue reconciliar las demandas del medio ambiente y las implicaciones de la pobreza global (Díaz, 2011).

Este informe está integrado en tres secciones, la primera trata del futuro amenazado; la segunda analiza las áreas comunes y finalmente la tercera se refiere a la administración del espacio común. El reporte hace énfasis en que para que el desarrollo sustentable alcance los objetivos comunes debe de existir voluntad política (López, 2009).

Todos los trabajos realizados en estas cumbres han ayudado a que el término desarrollo sustentable evolucione y en la actualidad se reconozca que éste tiene tres dimensiones (la sustentabilidad económica, social y la medioambiental) y que cada una de ellas es igualmente importante y que necesariamente tienen que estar en equilibrio si se va a hablar de sustentabilidad. En resumen, el desarrollo sustentable se basa en el concepto de satisfacer necesidades y además se refiere a la suma de sustentabilidades, mientras que un desarrollo sostenible es la capacidad de mantener una situación en el tiempo y se encuentra más relacionado con el crecimiento (Hernández y Ginés, 2008). En el ámbito turístico este desarrollo sustentable es trascendente porque es precisamente la belleza de los lugares lo que le da razón de ser. Además los ecosistemas en esos ambientes suelen ser sumamente vulnerables, de ahí la importancia de la planeación a largo plazo que busque mantener la eficiencia económica, la conservación ambiental y la equidad social. De acuerdo a Acerenza (2009) el deterioro de los recursos naturales puede ser consecuencia de la sobreexplotación de los recursos ocasionada por el uso turístico de los mismos más allá de su capacidad de soporte. Es importante hacer notar que tanto el deterioro del medio ambiente como el de los recursos de uso turístico, constituyen una de las principales causas de la pérdida de atractivo que sufren los destinos turísticos y por consiguiente, su pérdida de competitividad y sustentabilidad (Acerenza, 2009). Hay que recalcar que el desarrollo sustentable para el turismo es de gran trascendencia porque es precisamente la belleza de los lugares, máxime en el Caribe Mexicano, donde se localiza Cancún, lo que le da razón de ser a esos destinos. Por lo anterior, y para frenar los aspectos negativos, la planificación de los centros turísticos integrales brinda especial interés a los estudios de preservación ecológica, poniendo en práctica acciones que mantengan en equilibrado el ecosistema del sitio concreto del desarrollo y su área de influencia (García, 1992).

Capacidad de Carga Turística

Los estudios de capacidad de carga turística deberían constituir un elemento poderoso en el diseño de la política pública del sector ya que están llamados a demarcar los límites del crecimiento de la actividad, convirtiéndose en un sistema de alarma rápida según la Organización Mundial del Turismo (Rivas, 1997). Durante los setenta, autores como Lime y Stankey (1971), Staynes (1977), Scott (1975), Greist (1976) y en los ochenta, la OMT (1983), CEPAL (1985), O'Reily (1986), Matieson y Wall (1986), Gomez (1986) definen y comienzan a hacer estudios de capacidad de carga y es Holder (1988) quien acuña el término Capacidad de Carga Turística. Sin embargo, los términos capacidad de carga y capacidad de carga turística los utilizaban de manera indistinta por lo que resultaba difícil hacer una diferenciación entre ellos ya que así como se usaban para definir el límite máximo de visitas a un sitio en un momento dado (O'Reilly, 1986), había quien hablaba de la capacidad del planeta de soportar personas (Scott, 1975) o quien, como la OMT (1983), definía el término como uso máximo que puede hacerse de un lugar sin deteriorar sus recursos, reducir los niveles de satisfacción de los turistas o generar impactos negativos sobre la sociedad, economía o cultura local.

Para todos ellos, incluso Throt (1980), los impactos se centran en la zona de acogida. Pero, de acuerdo a Echamendi (2001) es hasta O'Reily (1991) que se hace la diferencia entre los términos de capacidad de carga y capacidad de carga turística. Donde capacidad de carga se centra en el medio receptor, no en el turista; mientras que la capacidad de carga turística se centra en el turista, su satisfacción y valoración subjetiva del medio donde se encuentra. Uno de los principales precursores del uso de término capacidad de carga aplicado en áreas turísticas fue Cifuentes, quien lo usa principalmente en áreas protegidas. Cifuentes (1992) presenta su modelo donde divide la capacidad de carga en física, real y efectiva. Lejos de si es capacidad de carga turística o sólo capacidad de carga, algo en lo que si concuerdan varios de los autores (Rivas, 1997), (Reily, 1991). (Getz, 1963) (Coccosis, 2001) es que si la capacidad de carga turística se ve excedida el desarrollo turístico se verá obstruido y que además sólo los turistas mismos pueden determinar si se ha logrado una satisfacción personal porque ésta es estrictamente experiencial. (Watson y Kopachevsky, 1996). En países desarrollados con vocación turística, la capacidad de carga turística es importante ya que mediante su aplicación se logrará una adecuada conservación y

preservación de los atractivos mientras que cuando no existen estas técnicas, ni medidas de amortiguamiento y niveles de tolerancia de suelo, flora y fauna, a lo que se enfrenta un destino es a la llegada masiva de personas, congestionamientos, ruido, basura, ruptura de ciclos de vida animal, extinción de flora y fauna, contaminación humana de ríos y playas (Castellanos, 2012). El cálculo de dicha capacidad de carga es justamente lo que va a ayudar a un destino turístico a mantener un equilibrio entre los pilares de la sustentabilidad, para lograr de esta forma una estabilidad entre el desarrollo medioambiental, económico y el social al evitar aglomeración de usos de suelo, excesos poblacionales, deterioro de recursos naturales.

Planeación Turística y Usos de Suelo

Por otra parte es importante comprender que relacionado a la Capacidad de Carga Turística se encuentra la planeación urbana y los usos de suelo destinados y que han evolucionado en respuesta a los cambios observados en las ciudades por lo que éstas, incluidos los destinos turísticos, se han transformado en sistemas mucho más complejos. Es importante señalar que la calidad paisajista del entorno puede verse afectada por un desarrollo urbano desordenado e incompatible con el entorno, dado que la calidad de un destino no es algo estático y el buen estado de conservación de las instalaciones hoteleras y el equipamiento debe ser preocupación constante del destino (Acerenza, 2009) y sus autoridades. La ordenación del territorio va más allá de la mera delimitación de zonas y usos de suelo y representa, en la actualidad, una opción indispensable de consenso social y económico y no consiste en simplemente ejecutar un ejercicio colectivo de discusión sino un instrumento preventivo y/o atenuador de conflictos territoriales latentes (Antón & González, 2013). Mediante la práctica de ordenación territorial es posible formular los principios turísticos para organizar el uso turístico del espacio, frente a la improvisación de los denominados modelos espontáneos, al tiempo que se incorporan a la planificación territorial los nuevos paradigmas (...) especialmente la inserción de objetivos ambientales y de desarrollo integral y sostenible (Vera, López, Marchena, & Anton, 2013).

En la planeación física de los centros turísticos se llega a destinar hasta 40% del destino a espacios abiertos y el resto a los edificios en cualquiera de sus diseños y tamaños (Castellanos, 2012) y lo que favorece es la optimización de los beneficios de la puesta en marcha de la actividad económica (Antón & González, 2013). De acuerdo a Mathieson (1990) existen varios aspectos que se dan cuando un centro turístico manifiesta crecimiento y saturación, que guardan patrones de expansión conocidos como expansión radial, a lo largo de rutas de transportación y desarrollos lineales o siguiendo la forma de la costa. Vale la pena señalar lo que Lobo (2014) define como elementos cruciales del proceso de planeación. 1) “planeación” la acción de planear lo que se va a realizar, una vez concluido esta etapa se procede a aplicar 2) “planificación” donde se realizan los planos, el trabajo topográfico y de campo para terminar con 3) “zonificación” que es la delimitación de las zonas y la clasificación que se realiza para determinar para que va a servir cada una, mejor conocido como uso de suelo. A la planeación territorial le corresponde el doble cometido de proyectar materialmente el desarrollo de propuestas concretas de consumo turístico y traducir sobre el espacio los objetivos económicos, sociales y ambientales que se asocian a ellas (Vera, López, Marchena, & Anton, 2013).

METODOLOGÍA

En este trabajo se realiza un diagnóstico para conocer si Cancún ha perdido la sustentabilidad turística con la que originalmente fue planeado. Para lo anterior se efectuó una evaluación del manejo de usos de suelo de la zona turística para conocer como se había modificado el espacio en el tiempo. Se estudiaron nada más los lotes con uso de suelo turístico hotelero en la zona turística, es decir hoteles que en ese momento se encontraban construidos en la Zona Hotelera. Cancún cuenta en total con 145 hoteles pero de ellos en el momento del estudio solo 99 estaban en la zona de playas, que fue la estudiada. De cada lote

turístico hotelero se evaluó de acuerdo a cada plan de desarrollo la cantidad de cuartos y pisos autorizada, el porcentaje de área libre y el coeficiente de uso de suelo autorizado.

Una vez obtenidos estos datos de cada predio se comparó con los valores de cuartos y pisos que en realidad tiene el hotel para conocer si estaba o no sobre-densificado y cuánto. Para el resultado final se tomó en cuenta la cantidad de cuartos y pisos autorizada en el último plan de desarrollo (2014-2030) dado que era el vigente en la actualidad contra la cantidad de cuartos que en 2014 reportaban los hoteles para conocer la sobre-densificación en el momento del estudio. Tras evaluar la evolución del uso de suelo se procedió a ejecutar analizar la capacidad de carga turística actual con base dos aspectos: 1) El perfil del turista mediante el análisis de la tasa de crecimiento turística y la tasa de crecimiento de la derrama y 2) los impactos generados por la actividad turística en la capacidad de carga biótica, ambiental, económica, cultural y social. Lo anterior se efectúa considerando una investigación transversal de carácter mixto ya que se utilizarán herramientas cuantitativas y cualitativas para determinar la capacidad de carga turística, realizando primero una revisión bibliográfica y documental del tema para proceder posteriormente a la evaluación del destino. La primera parte de la evaluación del destino consistió en realizar un estudio comparativo de los distintos planes de desarrollo urbano que la entidad ha tenido a lo largo de su vida, entre los que se estudió el Plan Maestro de 1982, el plan de desarrollo urbano de 1993, el plan de desarrollo de 2005 y las dos versiones del programa urbano actual 2013-2030, que fue derogado y el 2014-2030 autorizado. Lo anterior sirvió para conocer el manejo del espacio en el tiempo de vida del polo turístico.

Tabla 1 : Planes de Desarrollo Urbano de Cancún

Planes Evaluados	Fecha	VARIABLES A CONSIDERAR EN TODOS LOS PLANES PARA LOS LOTES CON USO DE SUELO TURÍSTICO HOTELERO
Plan Maestro	1982	Densidad (Cantidad de Cuartos)
Plan de Desarrollo Urbano	1993	Niveles de pisos
Plan de Desarrollo Urbano	2005	Área libre y Coeficiente de Ocupación de Suelo (COS)
Programa de Desarrollo Urbano	2013-2030	Coeficiente de Uso de Suelo (CUS)
Programa de Desarrollo Urbano	2014-2030	

Fuente: Elaboración Propia. Esta tabla presenta los distintos planes de desarrollo urbano que han existido a lo largo de la vida del destino turístico y que son los que fueron evaluados en este trabajo.

Mediante la aplicación de diversos instrumentos entre los que se encuentran: 1) fichas de recursos turísticos para establecer el estado de las playas públicas donde se levantaron fichas en el total de las 11 playas públicas que tiene el destino. 2) cuestionarios aplicados a turistas que visitaron el destino en el mes de Mayo de 2014. El total de la muestra representativa aplicada fue de 300 turistas de acuerdo a la fórmula estadística de muestreo con un 95% de confianza y un 5% de error donde se les aplicó una batería de preguntas para conocer su opinión y satisfacción con el destino. 3) Se realizaron 13 grupos focales en el mes de octubre de 2013 en los que se entrevistó a población local entre los que se encontraban, maestros, alumnos, arquitectos, trabajadores, y población en general, a quienes se les mostraron una selección de fotos para construir una rejilla de Kelly para conocer su apreciación de la Zona Hotelera desde la perspectiva ciudadana evaluando el área económica, social y ecológica del área de estudio para posteriormente evaluar los resultados de las rejillas mediante el Alfa de Crombach.

Por otra parte se realizó evaluación de material estadístico, recopilación de datos y seguimiento de diversos estudios aplicados en la zona de estudio para conocer el manejo de recursos en los hoteles como agua, desechos sólidos, energía y aguas residuales así como la evaluación del estado que guarda la flora, fauna y recursos naturales como el Sistema Lagunar Nichupte, entrevista con expertos, valoración de los vestigios arqueológicos y levantamientos fotográficos durante 2012, 2013, 2014 se realizó el diagnóstico de la Zona Hotelera de Cancún. Con ello fue posible establecer la Capacidad de Carga Turística integrada por el perfil del turista y por los impactos generados por la actividad turística mediante la determinación

de la Capacidad de Carga Biótica, Ambiental, Económica, Social y Cultural para saber si la Zona Hotelera cumple con las características de un destino con sustentabilidad turística.

Marco Referencial

Antecedentes de Cancún

Cancún fue concebido y planificado por técnicos mexicanos en los setenta, que buscaron aprovechar los recursos turísticos de la zona, sin olvidar valorar la naturaleza. Lo anterior, contribuyó a los trabajos del Plan de Desarrollo Urbano del Centro de Población de Cancún, que quedó inscrito en el Plan Maestro del proyecto turístico, donde quedan plasmados los lineamientos que le dieron orden al nuevo destino (FONATUR, 1982). Esa planeación siguió, sin nombrarlo de esta forma, una idea de sustentabilidad donde se procuraba equilibrar los distintos actores: la sociedad, la economía, que en este nuevo lugar estaría enfocada al turismo, y la naturaleza, misma que se reconocía como el principal atractivo del lugar. Es importante recordar que Cancún es un Centro Integralmente Planeado (CIP) y que estos polos turísticos buscan contribuir al desarrollo regional sustentable, a la generación de empleo y a la captación de divisas. Cancún, en un primer momento, si fue planeado así. El plan 1982 muestra un intenso trabajo de evaluación de la zona, donde se proyectaron capacidades de inmuebles, usos de suelo específicos y diversidad de actividades todo en equilibrio con el medio ambiente en general.

Tabla 2 : División Primera Etapa de Cancún

Total (Hectáreas)	Lotes Hoteleros	Villas y Condominios	Lotes Residenciales	Campo de Golf	Vialidad	Comercio, Club Náutico, Playas Recreativas, Áreas Verdes y Servicios
228	38% 86.64	4% 9.12	6% 13.68	21% 47.88	20% 45.6	11% 3.03

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Plan Maestro Fonatur 1982. Esta tabla explica los distintos usos de suelo que se planificaron originalmente, y la distribución en la primera etapa del desarrollo Cancún que equivale desde el kilómetro 0 al kilómetro 12.5

Los lineamientos de zonificación y distinción de actividades se encontraban presentes en la primera y en la segunda etapa del proyecto desde un principio. Lo anterior tenía como finalidad visualizar un crecimiento ordenado en las dos principales secciones de la zona hotelera (Tablas 1 y 2).

Tabla 2: División Segunda Etapa de Cancún

Total (Hectáreas)	Lotes Hoteleros	Vialidad	Comercio	Recreación	Zona de Palmar	Zona Arqueológica	Reserva Turística	Servicios Y Primeros Auxilios
292	45% 131.4	7% 20.44	.8% 2.33	4% 11.68	6.8% 19.85	3.8% 11.09	30% 87.6	2.6% 7.59

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Plan Maestro Fonatur 1982. Esta tabla explica los distintos usos de suelo y la distribución que se planificó en la segunda etapa del desarrollo Cancún que va desde el kilómetro 12 al kilómetro 21.

Dicho plan contemplaba para el 2000 la Zona Hotelera contaría con una planta y equipamiento turístico para aproximadamente 22 mil cuartos hoteleros de todas las categorías (Fonatur, 1982). Sin embargo, para ese año la meta era más cercana de lo esperado ya que Cancún contaba con 24,702 cuartos entre la zona hotelera y el centro, de los que 18,000 aproximadamente eran sólo de la Zona Hotelera. Resulta importante señalar que el tope programado para todo el proyecto finalmente se determinó en 30,900 cuartos hoteleros de acuerdo al Programa de Desarrollo Urbano del Municipio de Benito Juárez 2005 y para 2011 se tienen de acuerdo al censo realizado por la Universidad del Caribe para Profepa un total de 23,969 cuartos hoteleros, que contempla 22,842 en existencia además de 1,126 en construcción (Lagunas, Sonda, 2012). Cuando se contabiliza en las cifras turísticas la cantidad de cuartos en Cancún, se

menciona que el destino tiene 30, 691 cuartos a la fecha de hoy. Sin embargo, esa cifra incluye las habitaciones hoteleras de la Zona Hotelera, que es la que corresponde a la Unidad de Gestión Ambiental (UGA) 9 que de acuerdo al censo de 2011, realizado por la Universidad del Caribe, son 23,969 y 6,722 unidades localizadas en la zona centro del Municipio de Benito Juárez.

A esta capacidad de cuartos mencionada se le debe de sumar la carga que ejercen los lotes con cuartos residenciales, que en el número anterior no están contemplados, además de los lotes de uso comercial. De acuerdo al último Plan de Desarrollo Urbano 2013-2030 (IMPLAN, 2013) se planeaba autorizar hasta 65,000 cuartos en la Zona Hotelera, lo que representaba casi triplicar la capacidad de carga. Sin embargo, fue derogado porque se cuestionó el incremento de capacidad hotelera que se proponía en la zona turística. Aún así el Programa de Desarrollo Urbano que finalmente fue aceptado (2014-2030) autoriza un crecimiento de 46,098 plazas hoteleras.

Planes de Desarrollo de Cancún

Cancún fue concebido y planificado por técnicos mexicanos, que buscaron aprovechar los recursos turísticos de la zona, sin olvidar valorar los recursos naturales. Lo anterior, favoreció los trabajos del Plan de Desarrollo Urbano del Centro de Población de Cancún, que quedó inscrito en el Plan Maestro del proyecto turístico, donde se plasmaron los lineamientos que le dieron orden al nuevo destino. Es hasta fines de los ochenta cuando se elaboró el primer Programa Estatal de Desarrollo Urbano del Estado de Quintana Roo. Instrumento que en su momento estableció el marco de referencia para que las acciones de los gobiernos Estatal y Municipal incidieran en los problemas urbanos de la entidad. A continuación se hace una recapitulación de los planes que han regido el desarrollo urbano del principal destino turístico de México y sus cambios más significativos.

Plan Maestro de Cancún: 1982: El primero estuvo a cargo de FONATUR y es conocido como el “Plan Maestro de Cancún” de 1982. Dicho plan plasma la propuesta original de Banco de México. El documento contextualiza el proyecto y la situación del turismo en esa época y claramente detalla los aspectos del mercado turístico como son los determinantes del mercado, el análisis de la demanda y el análisis de la oferta. Posteriormente, describe lo que se contempla será el proyecto y los lineamientos que deberá seguir. En este apartado dedicado exclusivamente a Cancún se pueden observar las bases conceptuales del mismo y sus alcances, donde se menciona que “el proyecto turístico de Cancún representa un esfuerzo de los mexicanos por aprovechar integralmente los recursos naturales con que cuenta el país y una respuesta al reto de su capacidad creativa, técnica y organizadora” (FONATUR, 1982). En el primer plan maestro es posible observar la visión que se tenía acerca de la vocación del uso de suelo y los criterios de diseño. De esta forma, puntualmente se describe la afinidad de factores ambientales con los usos de suelo en la zona turística señalando que tendría hoteles de varias categorías, villas y condominios, lotes unifamiliares, centros creativos, club de yates, rancho de tenis, centro comercial, campo de golf, rancho de caballos, la avenida que servirá de circulación principal, la planta de tratamiento y conservación. Además se hace un profundo análisis de la compatibilidad de los usos de la zona turística. Los criterios de diseño que el plan buscaba estaban aunados a la metodología anterior y tomaba en cuenta tres elementos fundamentales: 1) la estructura urbana, relativa a la integración e interrelación de las partes que conforman el proyecto 2) función relativa a la distribución y zonificación del uso del suelo y 3) la forma urbana que tiene que ver con la imagen visual y la morfología arquitectónica del gran conjunto (FONATUR, 1982).

Plan Director de Desarrollo Urbano de Cancún: 1993: Este plan hace un recuento de la problemática urbanística de 1990. Parte del hecho de que el Municipio de Benito Juárez en esa época contaba con 188,000 habitantes asentados en una superficie de 2 mil 008 hectáreas (Aldape, 2010). Cabe destacar que de acuerdo a las proyecciones del plan elaborado por FONATUR en 1982 la ciudad para ese año contaría con una población permanente de 123,125 personas (FONATUR, 1982) cifra para

esas fechas rebasada por la realidad. Ese crecimiento desmedido de la población en los años transcurridos entre el plan de 1982 y el de 1993 generó una problemática en la zona urbana, ya que las áreas de crecimiento previstas fueron rebasadas lo que produjo una serie de asentamientos irregulares (Aldape, 2010). El plan también toca el tema de la situación de las vialidades, el transporte, el equipamiento de educación, salud pública y las metas a corto plazo; haciendo énfasis en el déficit de agua, ausencia de drenaje, reubicación del relleno sanitario y focos de contaminación que ponen en riesgo el Sistema Lagunar Nichupté. El plan señala que Cancún en 2010 contará con 500 mil habitantes y 28,500 cuartos y replantea dos proyectos de la tercera etapa de desarrollo de Cancún que son Malecón Cancún y Puerto Cancún. Ante la problemática de crecimiento que vive la ciudad, el plan de 1993 en resumen trata de confinar a la ciudad tanto cuantitativamente en número de población y empleos generados; como físicamente con un cinturón verde en el perímetro de la zona apropiada para desarrollo habitacional, controlar los asentamientos irregulares al regularizar la tenencia de la tierra para incorporarla al Municipio de Benito Juárez y dotarlos de servicios públicos (Aldape, 2010).

Programa de Desarrollo Urbano de la Ciudad de Cancún 2005: El tercer plan, el Plan de Desarrollo Urbano 2005, estuvo precedido de planes parciales realizados entre 1993 y 2004 como fueron: el Programa Parcial de Desarrollo Urbano de Puerto Cancún publicado en mayo de 2001, El Programa Parcial de Reordenamiento Urbano – Turístico de Punta Cancún publicado el 7 de diciembre de 2001, el Programa Parcial del Polígono de la tercera etapa realizado el 17 de septiembre de 2003 y finalmente en 2004 el Programa Parcial de Desarrollo Urbano del Polígono 11 y el mapa de tendencias de expansión de la mancha urbana de Cancún. Este documento de Desarrollo Urbano siguió abocándose como el de 1993 a la integración de las zonas habitacionales alrededor del proyecto de FONATUR (Aldape, 2010).

Plan de Desarrollo Urbano vigente /Plan de Desarrollo Urbano 2013- 2030.- Derogado: Para realizar el programa de desarrollo urbano 2013-2030 se elaboraron desde 2010 diversos estudios acerca de la situación, económica, social y medio ambiental de la comunidad. De esta forma se concluye que la zona turística se encuentra en etapa de madurez y consolidación, que se ha enfrentado a constantes cambios de uso de suelo y falta de terminología clara ya que el crecimiento, en general de toda la ciudad, ha sido a base de polígonos y no con base en un Programa de Desarrollo Urbano integrador. Detectándose un deterioro o término de la vida útil de la infraestructura de servicios de la zona hotelera, donde de los predios con uso de suelo turístico hotelero solamente se desarrolló el 40% con giro turístico hotelero ya que varios predios, debido a su uso de suelo, muestran una mayor tendencia a desarrollarse como turístico residencial como es el caso de los predios de menos de 5,000m² lo mismo que con los predios que se encuentran entre 5,000m² y 15,000m² (IMPLAN, 2013). Elementos interesantes que se incluyen en este nuevo plan son por un lado la normativa necesaria para acceder a la utilización de nuevos parámetros en los lotes hoteleros. Entre ellos se menciona que la edificación no debe de tener más de 15 años de antigüedad o en su defecto 10 años de haber sufrido una rehabilitación general. Por otra parte contempla la posibilidad de reciclamiento integral de las propiedades que se haría mediante demolición de la actual infraestructura para construir una nueva. En este caso la obligatoriedad de la nueva edificación es que deberá ser turístico hotelera, no se aprueba para uso turístico residencial y la categoría del inmueble deberá ser forzosamente con una categoría de al menos cinco estrellas. Este documento al momento de ser presentado para su evaluación fue derogado por cuestionarse el incremento de densidad planteada para la Zona Hotelera.

Plan de Desarrollo Urbano 2014- 2030.- Autorizado: Un año después, utilizando de base el diagnóstico realizado para el plan 2013-2030 se presentó la nueva propuesta de programa de Desarrollo Urbano, misma que fue autorizada el mes de septiembre de 2014. En esta ocasión se divide el programa en cinco estrategias principales: 1) Estrategia normativa en función del Desarrollo Urbano Sostenible del Centro de Población de Cancún; (2) Una Estrategia de Desarrollo Urbano en función del Medio Ambiente Sostenible; (3) Estrategia del Desarrollo Urbano en función del Desarrollo Económico Sostenible; (4)

Estrategia del Desarrollo Urbano Sostenible de la Ciudad de Cancún y finalmente (5) una política de Administración de Crecimiento Sostenible.

RESULTADOS

En la tabla no. 3 es posible observar los Resultados de Manejo de usos de suelos en la Zona Turística – Hotelera de manera global: El análisis comparativo de los planes de desarrollo urbano indica que al comparar el Plan Maestro de 1982 con el Plan de Desarrollo de 1993 fue posible observar que 28% de los lotes con uso de suelo turístico hotelero se les autorizaba incrementar su densidad en cuartos; un 2% podían aumentar la cantidad de pisos y un 61% aumentaban su área libre. Al realizar la evaluación entre el Plan de Desarrollo Urbano de 1993 con el Plan de Desarrollo Urbano de 2005 24% de las propiedades con uso de suelo turístico hotelero se les autorizaba aumentar su densidad en cuartos, 47% aumentaron su nivel de pisos y 27% incrementaron su área libre. Entre el Plan de Desarrollo Urbano de 2005 y el Programa de Desarrollo Urbano de 2013, que finalmente fue derogado, la tabla de usos de suelo autorizaba al 77% de los hoteles incrementar sus cuartos, el 83% podía aumentar sus niveles y 64% aumentaban sus áreas libres. Dichas cifras quedan prácticamente iguales al momento de comparar el Plan de Desarrollo Urbano de 2005 con el Programa de Desarrollo Urbano de 2014, que fue finalmente autorizado.

Tabla 3: Análisis Comparativo de Planes de Desarrollo Urbano

Período	Aumento de Densidad	de	Aumento de Niveles	Aumento de Área Libre
1982 – 1993	28%		2%	61%
1993 – 2005	24%		47%	27%
2005 – 2013	77%		83%	64%
2005 – 2014	71%		80%	62%

Fuente: Elaboración Propia. En esta tabla se observa los resultados del comparativo de los distintos planes de desarrollo urbano que el destino Cancún ha tenido desde que fue creado. La variables evaluadas fueron la densidad, los niveles de pisos y el área verde en los lotes turístico hotelero de la Zona hotelera de Cancún.

Después de realizar un diagnóstico del manejo del uso de suelo, principalmente turístico- hotelero (TH), en la Zona Hotelera de Cancún mediante la revisión de los usos de suelo planteados en el Plan Maestro de Cancún y en los subsiguientes Planes o Programas de Desarrollo Urbano de aproximadamente 99 hoteles fue posible encontrar que: Al momento de contrastar la cantidad de cuartos reportados por los distintos hoteles ubicados en la Zona Hotelera con la cantidad de cuartos autorizados en el PDU 2014 – 2030, programa de desarrollo urbano vigente, de acuerdo a los metros de terreno que tienen, un 20% de los establecimientos han construido más cuartos de los permitidos. Dado que en este trabajo se analiza que ha pasado con lo planteado en el Plan Maestro de Cancún y la situación actual, al tomar como punto de partida la propuesta original de tope de cuartos de FONATUR de 22,325 y contrastarla con el resultado del censo de PROFEPA de 2011 de 26, 846 cuartos, el tope fue rebasado en 4,521 habitaciones, lo que equivale a un incremento del 20%.

La Zona Hotelera no solamente ya está sobre densificada porque hay hoteles que no han respetado la cantidad de cuartos que tienen autorizados. A pesar de esta situación, el PDU 2014-2030, vigente desde octubre de 2014, cambió las densidades de los usos de suelo y con ello 70% de los lotes hoteleros pueden incrementar la cantidad de cuartos que tienen con lo que incrementa la densidad de las construcciones. Como si lo anterior no fuera suficiente, el nuevo PDU también autorizó al 80% de los hoteles de la Zona Hotelera incrementar la cantidad de pisos permitiendo a más hoteles tener una altura de 20 pisos en una zona que no es tierra firme, sino una isla, propensa a huracanes, con suelo calcáreo y arenoso, a nivel del mar. El incremento en pisos autorizados hace que los establecimientos crezcan hacia arriba en lugar de hacia lo ancho, es decir deben de dejar más área libre para lograr la combinación deseada entre cantidad de cuartos y área libre. De tal forma que de acuerdo al PDU 2014-2030 al 60% de los lotes turístico

hoteleros se le exige dejar más área libre. Sin embargo esto no necesariamente significa áreas verdes, ya que las áreas libres son consideradas las albercas, canchas, palapas, restaurantes y bares abiertos. Cuando se proyectó Cancún, se pensó en una zona turística con vocación principalmente hotelera, con servicios de soporte a este sector como comercios y restaurantes y con pocas residencias. Sin embargo, el uso de suelo turístico hotelero de acuerdo a lo definido en el PDU puede ser usado para establecimientos hoteleros o residencias. Lo anterior ha llevado, de acuerdo al diagnóstico realizado en el PDU 2013-2030 y 2014-2030, a que sólo el 40% de los predios con uso de suelo Turístico Hotelero (TH) se desarrollaran como hotelero, con lo que se amenaza la vocación del área.

La zonificación de los usos de suelo que estaban completamente definidos en el plan maestro donde se priorizaba claramente la vocación turística que se menciona en el párrafo anterior fue alterada en el PDU de 2005 cuando se incrementó un 20% el uso residencial en la primera etapa y en 19% en la segunda etapa. En el Plan Maestro no se consideró el uso de suelo de golf para la segunda etapa de la Zona Hotelera. Sin embargo, en la zonificación del PDU de 2005 es posible observar que ésta incrementó un 1.8%. Lo anterior dio lugar a la construcción del Campo de Golf del Hotel Hilton, hoy Iberostar. Esto en una zona donde se contemplaba tener un parque de diversiones, museos y otros atractivos para los visitantes. Un total de 18 proyectos recreativos en la Zona Hotelera, originalmente planteados en el plan maestro, fueron abandonados ya que el uso de suelo de los lotes donde éstos se ubicarían cambió. Por otra parte, el cambio de usos de suelo ha sido una constante en el destino. En algunas ocasiones estos cambios de uso de suelo han respondido a ajustes necesarios dado la evolución y las nuevas necesidades que se presentan como fue el caso de los 11 que se realizaron entre 1974 a 2005. Sin embargo, en otros momentos se ha abusado de esta medida, haciendo cambios de uso de suelo que priorizan el uso de condominio, como fue en el periodo del interinato a la Presidencia Municipal de Carlos Canabal, en el que se realizaron 23 usos de suelo y posteriormente en la administración de Francisco Alor, en la que se autorizaron 32 usos de suelo. Lo anterior fomentó un desorden, hoy evidente, en la Zona Hotelera.

Resultados de la Capacidad de Carga Turística

Una vez concluido este análisis de la zona hotelera se procedió a evaluar la Capacidad de Carga Turística que centra su atención en dos vertientes importantes: El perfil del turista y los impactos que la actividad turística genera. De tal forma que los resultados encontrados fueron:

Perfil del Turista: Este se evaluó mediante la tasa de crecimiento de los turistas y la tasa de crecimiento de la derrama económica. En cuanto a la tasa de crecimiento de la afluencia turística al destino fue posible observar que se ha desacelerado. Que a pesar del crecimiento en valor absoluto en la llegada de turistas, la tasa de crecimiento ha disminuido de manera marcada en las últimas dos décadas como es posible observar en la tabla no. 4

Tabla 4: Tasa de Crecimiento de la Afluencia Turística

Año	1970 *	1980	1990	2000**	2010 ***
Inicio década	99,500	460,000	1,575,700	3,044,800	3,015,690
Fin década	395,800	1,153,600	2,818,300	3,265,500	3,370,046
Tasa de crecimiento	297.79 %	150.78 %	78.86 %	7.24 %	

Fuente: SEDETUR, Quintana Roo Esta tabla explica la tasa de crecimiento de la afluencia turística por décadas mostrando que la cantidad absoluta de turistas ha incrementado a causa del incremento en cuartos sin embargo la tasa de crecimiento de la afluencia turística entre los periodos ha decrecido. *Datos 1975 a 1979, Inicio de proyecto **Datos 2000 a 2008. En 2009 se presentó una contingencia sanitaria con lo que la serie se ve afectada por una situación atípica. ***Datos hasta septiembre de 2014

Por otra parte la tasa de crecimiento de la derrama económica al destino se ha desacelerado también. En este caso a pesar del crecimiento en el valor absoluto de la derrama económica generada por el turismo,

la tasa de crecimiento turística ha disminuido de manera considerable en las últimas dos décadas como es posible observar en la tabla 5

Tabla 5: Tasa de Crecimiento de la Derrama Económica Millones de Dólares

Año	1980*	1990	2000**	2010***
Inicio década	\$200,790	\$799,270	\$1,805,200	\$2,780,630
Fin década	\$671,420	\$2,358,940	\$3,357,680	\$3,610,470
Tasa de crecimiento	234.38%	195.13%	86%	29%

Fuente: SEDETUR, Quintana Roo Esta tabla muestra que la tasa de crecimiento de la derrama económica por décadas, señalando que al analizar el valor absoluto del ingreso este incrementa pero el proporción a lo que se recibía una década antes la tasa de crecimiento es menor. *Datos 1983 a 1989, Inicio de la información estadística **Datos 2000 a 2008. En 2009 se presentó una contingencia sanitaria con lo que la serie se ve afectada por una situación atípica. ***Datos hasta septiembre de 2014

El modelo hotelero imperante en la Zona Hotelera de acuerdo al censo realizado para PROFEPA, es el de los hoteles Todo Incluido, donde más del 70% de los hoteles en la Zona Hotelera lo tienen implantado. Ya sea porque así fueron concebidos desde un inicio o porque posteriormente cambiaron de sistema debido a las exigencias del mercado. La ocupación promedio anual desde que nació el destino, en 1975, ha sido de 70.4 Los resultados anteriores brindan la posibilidad de mostrar que el incremento en cuartos ha aumentado la cantidad de turistas al destino, pero no en la proporción esperada porque la ocupación se mantiene alrededor del 70% anual. Por otra parte, se observa que el incremento en turistas no se ve reflejado en un aumento de la derrama económica por lo que se concluye que el perfil del turista es de menor poder adquisitivo, dado que el 83% viajan en paquete Todo Incluido, modelo que genera poca derrama al destino porque el desembolso principal se realizó en el lugar de origen del viaje. Porque además con el esquema Todo Incluido el destino perdió exclusividad con lo que el turista de alto poder adquisitivo no está interesado en venir ya que él busca la exclusividad. Con los resultados anteriores es posible deducir que el cambio del perfil del turista ha afectado la sustentabilidad económica ya que no se genera el desarrollo económico que pretendía producir el destino en un inicio. Situación que se comprueba más adelante al presentar el estado de la Capacidad de la Carga Económica.

Impactos Generados de la Actividad Turística

Capacidad de Carga Biótica Definida para este trabajo como: El nivel que mantiene la capacidad natural de amortiguamiento del ecosistema para auto-depurarse y hacer frente a los fenómenos naturales como tormentas o huracanes. Por lo tanto, para conocer la Capacidad de Carga Biótica de la Zona Hotelera se decidió estudiar las afectaciones del Sistema Lagunar Nichupté donde se encuentra el Área Natural Protegida de “Manglares de Nichupté” y concentrar la atención en la situación de la Laguna Bojórquez por concentrar mayor densidad hotelera. De acuerdo a Carbajal, Pérez (2009) y Espinosa (2011), en estudios realizados por la Comisión nacional para el conocimiento y uso de la biodiversidad (CONABIO) y el Instituto Mexicano de Tecnología del Agua (IMTA) en la zona de estudio, los hallazgos fueron los siguientes: Existe una disminución de la fauna que usa de alevinaje la zona de manglares a causa de la pérdida de cobertura. Se señala que la tasa de deforestación es de 77% de las selvas, de 64% de las dunas y de 68% de los humedales. Dado que la Laguna Bojórquez es parte del Sistema Lagunar Nichupté el alto grado de contaminantes como cadmio, hierro, sulfactantes, fósforo, grasas e hidrocarburos localizados en ella son exportados por las corrientes al sistema con lo que también se ve afectado.

La alta cantidad de contaminantes a causa de las descargas residuales, y la baja capacidad de intercambio del cuerpo de agua de la laguna Bojórquez provocada por los dragados, los rellenos y a cierres originales que permitían el intercambio de agua de la laguna con el mar en la parte norte ha generado la eutroficación de la Laguna Bojórquez, lo que crea la aparición de algas y maleza. Así mismo, existe una disminución de la población biótica con lo que hay un empobrecimiento genético de la región y fragmentación del hábitat que sirve de transmisión entre ecosistemas para diversas especies silvestres.

Por lo tanto, al analizar los resultados anteriores es posible concluir que la Capacidad de Carga Biótica ha sido rebasada porque el nivel de amortiguamiento del ecosistema para auto-depurarse se ha visto afectada.

Capacidad de Carga Ambiental: Definida para este trabajo como: Presencia que no afecta al medio ambiente. De acuerdo a un levantamiento personal que se realizó de las playas públicas, a información del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO); de la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol); Solución Integral de Residuos Sólidos (Siresol); Dirección de Ecología del Municipio Benito Juárez; Comisión Nacional del Agua (CONAGUA); IMPLAN Cancún; Dirección de Desarrollo Urbano del Municipio de Benito Juárez; Unidad de Transparencia del Municipio de Benito Juárez (UVTAIP); Al Instituto Mexicano de Tecnología del Agua (IMTA) y la Academia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANIDE), los hallazgos fueron los siguientes:

En un inicio el proyecto original de Cancún tenía, en su zonificación de usos de suelo, contempladas 14 playas públicas en la Zona Hotelera. En la actualidad en el PDU 2014 – 2030, en los mapas de zonificación, es posible observar que solamente se contemplan dos. Playa Delfines y Playa Coral bajo el Uso de Playa Pública, el resto tienen asignado el uso de suelo recreativo de playa con la posibilidad de construcción. Posteriormente en una solicitud que se realizó a la Unidad de Transparencia del Municipio de Benito Juárez se obtuvo la información de que Zofemat solamente reconoce tres playas públicas en la Zona Hotelera: Playa las Perlas, Playa Delfines y el andador de Playa Chac Mool. Con lo anterior el 85% de las playas públicas en la Zona Hotelera se han perdido, ya que han sido concesionadas a hoteles, perdiendo la población el acceso a ellas.

Además de la pérdida de playas destinadas al uso de suelo de playas públicas, la extensión de las mismas ha sufrido una importante afectación, ya sea por cuestiones de erosión o por paulatinas divisiones, concesiones, ventas. De esta forma de haber existido en un inicio 308,892.34 m² en la actualidad existen 8,243.03 m² lo que significa una pérdida del 97.34 % de la superficie. La tasa de erosión promedio de las playas es de 5.86 m al año; predominando el fenómeno erosivo más que el acumulativo, lo que imprime un alto nivel de vulnerabilidad a las mismas a causa del cambio climático que se ve agravado por la forma en la que se han construido los hoteles, la eliminación de la duna desde un inicio y la falta de vegetación que ayudaba a conservar la salud de los arenales; problema que con los nortes y huracanes se hace evidente en cada ocasión. Otra problemática ambiental relacionada con la densificación de hoteles y la erosión de playas es la disminución de 77% del arribo de quelonios a las playas de la Zona Hotelera en 2014 de acuerdo a informes de la Dirección de Ecología del Municipio de Benito Juárez, ya que en 2013 se recibieron 900,000 mil quelonios y la cifra de 2014, que se esperaba fuera mayor, fue de 200,000.

Sin dar una explicación concreta de porque se presentó el fenómeno, la dirección de ecología mencionó que la luz de los hoteles es un factor y ahora el cambio de arena a causa de la restauración podría contribuir a éste fenómeno. Las autoridades reconocen que el relleno sanitario se encuentra saturado, razón por la cual pretenden realizar en este 2015 la construcción de dos celdas más de 650,000 y 459,00 toneladas. La Ciudad de Cancún, incluida la Zona Hotelera que genera 200 toneladas diarias, lo que representa 8, 271 toneladas al año; recoleta al día un total de 900 toneladas al día, lo que al año representa 328,500 toneladas; con lo que las nuevas celdas llegarían a su límite en 1 año 10 meses una y la otra en 1 año 3 meses. A la generación de basura diaria hay que agregar la parte continental de Isla Mujeres, además de la población de Isla Mujeres, ya que el Relleno Sanitario se comparte con este municipio lo que significa que al relleno sanitario llegan más toneladas diarias de las contabilizadas por Siresol, Cancún. El crecimiento natural de la ciudad, el incremento de hoteles en la Zona Hotelera de Cancún y área de “Nuevo Cancún”, en la parte continental de Isla Mujeres hará que la cantidad de residuos sólidos se haga inmanejable. A pesar de que en la Península de Yucatán la disponibilidad física de agua es suficiente, CONAGUA reconoce que la oferta de agua hídrica sustentable está rebasada desde 2006, y en Cancún el consumo de agua anual por cuarto de hotel es de 14,711 m³. La comisión estima

que la demanda de agua para 2030 crezca a 2,170 hm³, por lo que habrá una brecha hídrica para cubrir dicha demanda lo que se puede solucionar con el incremento de infraestructura. Finalmente, el agua residual es otro problema en la Zona Hotelera ya que en varios puntos existen descargas a la laguna por parte de los hoteles además de filtraciones de las plantas de tratamiento y fisuras del sistema de alcantarillado de asbesto. Lo anterior genera contaminación físico química del agua por la presencia de lixiviados. De tal forma que con los resultados anteriores es posible concluir que la Capacidad de Carga Ambiental se ha visto rebasada porque la presencia turística está afectando el medio ambiente.

Capacidad de Carga Económica: Definida para este trabajo como: El nivel para garantizar bienestar para la región y de acuerdo a datos presentados por Secretaría Desarrollo Económico; los Indicadores Regionales de la Actividad Económica de Banamex; Coneval y por el IMPLAN en los diagnósticos presentados en el Plan de Desarrollo Urbano versiones 2013 – 2030 y 2014 – 2030 los hallazgos fueron: El desempleo en la ciudad de Cancún es apenas del 5%, sin embargo el 52.1% de los trabajadores percibe entre 2 y 5 salarios mínimos al mes; siendo cinco salarios mínimos el equivalente a 9,967.5 pesos aproximadamente. Una referencia para este sueldo es que zonas céntricas de la ciudad la renta de un departamento de dos recámaras cuesta alrededor de \$4,500 pesos, lo que equivale al 47% del sueldo mensual recibido. Mientras que en áreas más alejadas y menos seguras las rentas están alrededor de \$ 2,000 pesos al mes, lo que equivale al 21% del sueldo.

El sector terciario: servicios, donde se localiza el turismo, da trabajo al 86.3% de la población. Sin embargo, estos trabajos están sujetos a la temporalidad por lo que son inestables e incluso precarios ya que son salarios mínimos. Donde se gana es en las propinas como es el caso de meseros, garroteros, bell boys personal de ama de llaves y áreas públicas. Por otra parte, la demanda laboral por parte del sector turismo y la necesidad de generar más ingresos para el hogar ha propiciado una alta deserción escolar a partir de los 15 años. La alta demanda de casa habitación propicio la proliferación de construcción de fraccionamientos. Sin embargo, cabe destacar que existen aproximadamente 100 fraccionamientos irregulares que no están municipalizados por lo que carecen de servicios básicos de drenaje sanitario y agua potable. A pesar de la imagen general que se tiene de Cancún como un destino de alta calidad turística en México lo que constantemente atrae nuevas personas que se vienen a establecer a la Ciudad en busca de trabajo para mejorar su nivel de bienestar, existen 51 áreas con un alto grado de marginación lo que equivale a 8.1% de la población, es decir un total de 53,596 personas sufren muy alta marginación en Cancún. Por otra parte, un total de 164,809 personas, el 24.6%, presenta un alto grado de marginación en Cancún. Otros elementos que miden el bienestar de la población son el acceso a zonas de recreativas como parques, la playa y áreas deportivas. La población de Cancún tiene poco acceso a la playa, escasas deportivas en buen estado y pocos parques.

Tanto que las áreas verdes se contabilizan en 2.4m² por habitante y éstas cada día disminuyen. Como referencia se menciona que la Organización Mundial de la Salud menciona que en una ciudad deben existir 12 m² de áreas verdes por habitantes. Con los resultados anteriores es posible concluir que la Capacidad de Carga Económica se ha visto afectada porque la presencia turística dado que el modelo predominante no está generando el bienestar esperado para toda la población como debería y no solamente para unos cuantos como si lo hace. Lo anterior es muestra de que este modelo turístico que actualmente se maneja no genera desarrollo para la comunidad en general.

Capacidad de Carga Social: Definida para este trabajo como: La presencia que no afecta la satisfacción del turista o la comunidad. De acuerdo a datos recabados en dos estudios de campo que se realizaron: Aplicación de 8 grupos focal a población local a quienes se les presentó una serie de 33 imágenes de la Zona Hotelera para que a través de 11 constructos preseleccionados en una rejilla de Kelly la calificaran de acuerdo a la percepción personal, validando la información colectada a través del Alfa de Crombach. En esos ocho grupos focales se recolectaron 58 registros personales y la aplicación de 300 entrevistas a turistas para conocer el perfil actual del turista y su apreciación del destino mediante una serie de

reactivos evaluados mediante la escala de Likert. Ambos trabajos de campo se realizaron para conocer la percepción actual del destino, cabe mencionar que dichos resultados al ser de percepción se vuelven de carácter subjetivo dado que por el tipo de evaluación existe una carga personal que cada individuo le imprime al instrumento. De tal forma que los hallazgos fueron:

De los ciudadanos entrevistados el 60% de acuerdo a los resultados obtenidos de los reactivos del análisis de la Rejilla de Kelly opinan que la zona hotelera ha perdido la fuerza económica que solía tener. Mientras que al analizar el apartado del equilibrio entre naturaleza y turismo es posible apreciar que 53.8% no observa un balance entre estas dos áreas en la Zona Hotelera y hace hincapié en el exceso de construcciones y la mala imagen que proporcionan los edificios abandonados. Finalmente a pesar de los resultados negativos que se mostraron en el apartado donde se evaluó la Capacidad de Carga Económica es importante señalar que al momento de la aplicación de la Rejilla de Kelly el 54.26% de los resultados mostraron que la población si percibe que la Zona Hotelera le otorga una mejora de bienestar. Por otro lado, desde la perspectiva de los turistas entrevistados, el 86% consideraron que sus vacaciones en el destino habían sido de su entera satisfacción, el 84% considera que si regresaría a Cancún, el 96% opinó que la Zona Hotelera era de su entera satisfacción y el 49% consideró que la Zona Hotelera está mejor que antes. Con los resultados anteriores al estar la Capacidad de Carga Social basada en la percepción de los individuos ésta es subjetiva por lo que a pesar de las problemáticas antes mencionadas es posible concluir que la Capacidad de Carga Social es aceptable.

Lo anterior se presenta del lado de la población porque ésta suele comprar con lo que sería su situación en su lugar de origen, como se percibió al momento del levantamiento. Esta situación complica poder dar solución a las demás problemáticas porque existe una especie de rechazo a admitir que hay alguna problemática real en el destino que necesita atención. Por otra parte, los turistas al viajar la mayoría en paquete Todo Incluido están más tiempo en el hotel, salen a restaurantes y bares alrededor de su hotel y toman tours organizados por gente que se encuentra en el establecimiento entonces se encuentran en un ambiente se podría decir controlado donde tienen poco contacto con la realidad que vive el destino. El hecho de que el turista no se percate de las problemáticas del destino, es decir que éstas no lo hayan alcanzado es bueno dado que Cancún es una entidad que vive del turismo y es mejor arreglar cualquier situación antes de que afecte al turismo que cuando ya le afecta y éste busca otro destino, porque entonces es más difícil recuperarlo.

Capacidad de Carga Cultural: Definida para este trabajo como: La presencia que no amenaza la cultura local, valores o tradiciones. Este apartado se decidió estudiar a través de uno de los atractivos iniciales que se planteó tenía el destino que era las zonas arqueológicas. Éstas no solamente estaban a unas horas del nuevo destino como son Tulum, Chichen Itzá, Calakmul por mencionar algunos, sino que al haber pertenecido la Zona Hotelera de Cancún a territorio Maya tenía 10 vestigios dentro de ella. De tal forma que de acuerdo a información del diagnóstico del PDU 2013 – 2030 y 2014 – 2030 y a visitas personales los resultados son los siguientes: De las 10 zonas arqueológicas que existían en la Zona Hotelera solamente 2 (20%) están acondicionada para ser visitada. (Las Ruinas el Rey y San Miguelito localizada en el interior del en el Museo de la Cultura Maya). Así mismo, de las 10 zonas arqueológicas que existían en la Zona Hotelera 4 (40%) se encuentran dentro de propiedades privadas. Por ley debe de permitirse el acceso, sin embargo poca gente sabe por lo acaban siendo atractivo a explotar de los hoteles que las tiene y solo sus huéspedes las conocen. Estas cuatro son Tacul, localizada en el Hotel Riu; Punta Cancún, localizada al interior del hotel Dreams; Yumil lu`um dentro del hotel Park Royal y Pok Ta Pok ubicada dentro del campo de golf. Finalmente las 4 restantes (40%) Yox Ximin, Punta Nizuc, Rio Inglés y Tuch Kaknab han desaparecido. Con los resultados anteriores es posible concluir que la Capacidad de Carga Cultural se encuentra afectada dado que la presencia turística si ha amenazado la cultura local, valores y tradiciones dado que esta zona estaba íntimamente ligada a la Cultura Maya. Los elementos mostrados en este apartado de análisis de Capacidad de Carga Turística con sus cinco vertientes que evalúan los impactos y el perfil del turista están relacionados con la sustentabilidad económica al ser el

turista el eje generador de recursos y desarrollo en el destino; la sustentabilidad ambiental a través de la capacidad de carga biótica y la ambiental y la sustentabilidad social mediante la capacidad de carga económica, la capacidad de carga social y la capacidad de carga cultural generadoras de bienestar y desarrollo social y cultural del destino todos elementos de la sustentabilidad turística. De tal forma que con los resultados presentados es posible observar que el destino turístico perdió el objetivo original de generar desarrollo regional así como de mantener un equilibrio entre la economía del polo, la naturaleza existente y la población que se formaba con lo que se alejó de la sustentabilidad turística.

Estudios de esta índole de Capacidad de Carga Turística a diferencia de un estudio de Capacidad de Carga donde se busca un factor de carga, es decir un número, son estudios que presentan una visión amplia del desempeño del destino mediante las transformaciones del perfil del turista y el comportamiento de la derrama turística aunado a la evaluación de los impactos que dichas turísticas tienen sobre el ámbito biótico, ambiental, económico, social y cultural. Con lo que resulta posible observar los impactos de un desarrollo urbano desordenado, que prioriza el crecimiento, la masificación y densidad de sus instalaciones, así como el incremento de turistas de un poder adquisitivo menor lo que se genera alejamiento de la sustentabilidad turística. En el caso particular de Cancún no existen estudios previos de los impactos del desarrollo urbano desordenado al que ha estado expuesto el destino, donde se mostraran previamente las transformaciones del espacio a causa de los cambios del uso del suelo, así como el desempeño del destino por el cambio del perfil del turista, la metamorfosis al ser un destino prácticamente con todos los hoteles todo incluido y la evaluación de los impactos que dichas turísticas tienen sobre el ámbito biótico, ambiental, económico, social y cultural.

CONCLUSIONES

La sustentabilidad se basa en el equilibrio de tres ejes principales la economía, la sociedad y el medio ambiente; pero para que estos tres engranes funcionen adecuadamente hay un cuarto eje que es el gobierno y su legislación. La zona hotelera junto con la hoy Ciudad de Cancún fue la primera zona turística que nació de la idea de alguien y fue consolidándose hasta tener un plan maestro de hacia dónde se desarrollaría el destino. Cuando nace Cancún faltarían aún unos años para que el concepto de “sustentabilidad” fuera creado, ya que este surge formalmente hacia 1986 con el informe Brundtland. Sin embargo, en ese plan maestro es posible ver las tres esferas iniciales de la sustentabilidad y esa búsqueda por contar con un balance entre la belleza natural que capturaba a quienes impulsaban el proyecto que querían compartir con el mundo a través del turismo y aquellos pioneros que seleccionaban ese nuevo paraíso como su hogar. Con el paso del tiempo entre los intereses personales de los gobernantes, la cúpula empresarial y el poder económico de las cadenas hoteleras, nacionales, en un inicio, e internacionales después, que llegaban a la zona, se rompieron las condiciones indispensables para conseguir en Cancún el desarrollo urbano armónico y sustentable.

Fonatur visualizaba a la Zona Hotelera de Cancún como un área exclusivamente turística, sin residencias permanentes y hoy es posible ver torres de condominios y conjuntos residenciales y se busca autorizar más, en contra de lo que el nuevo PDU señala sobre la priorización de hoteles sobre residencias. La ingenuidad del plan maestro y las fuerzas externas, como el poder de la ambición de quienes llegaban, generaron que este plan hoy sea uno más de los que se escribe en un escritorio que se alejó mucho de la realidad. Los planes subsecuentes de 1993 e incluso el programa de desarrollo urbano de 2005 son planes que buscan controlar el desorden del destino, pero que nuevamente han sido poco eficaces y hasta ahora el nuevo plan 2014- 2030 parece que también va a correr con la misma suerte si no se toman medidas ya que a seis meses de vida ya hay inversionistas solicitando permisos para alterarlo y poder así construir sus proyectos. Según Antonio Enríquez Savignac, en carácter de representante de la Organización Mundial del Turismo señala en 1992 que “la planificación no la puede concebir el gobierno, tiene que ser una entidad no gubernamental especialista con una visión más grande, por lo menos en el ámbito de parámetros, zonificación y conocimiento del medio físico natural que conjugue los conceptos básicos de

planeación regional para determinar qué lugares se respetan, que lugares se dejan como reservas y que se plasme en un plan y un programa de desarrollo integral regional”.

No sé si en esa reunión con esas frases quiere señalar que deben de ser organizaciones como la OMT, lo cual dudo dado que sería interferir en el territorio de una nación. Lo que sí considero se debe de hacer es no solamente la realización de planes y programas directores, como el mismo señala más adelante en su documento, sino el respeto de los mismos tanto por parte de los gobiernos como de las entidades privadas, porque algo que queda muy claro en el crecimiento de la Zona Hotelera de Cancún es que cada Plan de Desarrollo Urbano ha aumentado la capacidad planeada sin cambiar la infraestructura. En un inicio lo que imperaba era una visión de búsqueda de armonía con el entorno, pero conforme creció la demanda turística, en lugar de pensar en la exclusividad se decidió modificar sin razón y en áreas de “lo espectacular” como dice Savignac, de esa forma se construyó más y más y se masificó, perdiendo con ello todo estilo con lo que cayó en un consumismo galopante que alejó a ese turista de alto poder adquisitivo que un día gustó de Cancún. En Cancún se ha hecho a un lado una de las primeras condiciones originales del modelo: el ordenamiento del medio urbano en concordancia con el medio físico natural. Se han construido altas torres de más de 20 pisos en una zona de huracanes, se ha devastado manglar que es una protección contra estos fenómenos, se construyó sobre la duna lo que ha provocado con el tiempo mayor erosión de las playas y se ha rellenado laguna y bloqueado los intercambios naturales que ésta tenía con el mar generando zonas de alta contaminación. Cancún de exclusivo y casi inaccesible al turismo nacional se volvió chartero y paquetero enfocado a otro perfil de viajero.

A pesar de lo anterior en la actualidad es reconocido por su popularidad a nivel Internacional y quien viene de visita queda embelesado con el color de su mar, los hoteles y el servicio que en lo individual tienen. El turismo es una actividad económica transversal (cruce de actividades económicas, construcción, comercio, finanzas, comunicaciones, transporte y servicios) y la más importante del estado. Dado que el perfil del turista ha cambiado, continuamente existen esfuerzos para generar nuevas actividades que extienden la estancia del huésped como puede ser el turismo especializado como el médico, el deportivo o el de aventura. Lo anterior está relacionado con lo que en entrevista el Arquitecto Jorge Lobo, Coordinador de Proyectos Ambientales, quien trabajó en la creación del proyecto original de Cancún, comentó que “se ha degradado el perfil urbano planeado tanto para la zona habitacional como el hotelero, por no haber Fonatur aplicado y vigilado la observancia de sus políticas y rigurosos reglamentos”. El modelo turístico en Cancún en lugar de incluir a su población como parte del proyecto, la excluye y le limita el acceso a las playas. De acuerdo a estudios realizados solo el 8% de los habitantes ve en la playa una fuente de entretenimiento pero mucho está relacionado con esa “exclusividad” que se le ha dado donde playas se concesionan a hoteles y la población es amedrentada por guardias de seguridad para evitar que “incomoden a sus huéspedes”.

La definición de calidad de vida es aquel que se utiliza para determinar el nivel de ingresos y comodidades que una persona, un grupo familiar o una comunidad poseen en un momento específico. Otro elemento de la definición es una cuestión espiritual o emotiva que se establece a partir de la actitud que cada persona o comunidad tiene para enfrentar el fenómeno de la vida. Los inmigrantes que viven en zonas irregulares reconocen que su nivel de vida es mejor al que y tenían en sus lugares de origen. Pero esta situación se presenta también en quienes viven en el centro de la ciudad y en los fraccionamientos. Esas situaciones u opiniones son las que en ocasiones dificultan reconocer que hay problemas en la entidad, porque la gente compara lo que “tenía” y se conforma con estar un poquito mejor. Hablando de calidad de vida, de acuerdo a las regiones socioeconómicas del INEGI el 39.74% de la población de Cancún se encuentra en el estrato medio bajo, que es el 4. ¿Qué significa esto? Los indicadores dicen que del 39.74% de personas que conforman el estrato 4 en Benito Juárez hay 50.21% de personas viviendo sin hacinamiento. Lo que implica que hay un 40.79% que vive en hacinamiento, con lo que SI hay un problema que atender. ¿Cómo se puede pensar en un destino exitoso en materia de desarrollo económico, si nuevamente del 39.74%, el 33.56% no cuenta con una vivienda con techos de material durable en una

zona de huracanes? Cancún es una zona con bajo desempleo, de acuerdo a la Secretaria de Desarrollo Económico la cifra es de 4.8%. Es decir la Población Ocupada es de 95% y de ésta, el 86.3% trabaja en el sector servicios y principalmente en el ámbito turístico. Pero de la población ocupada un 72.46% gana entre 1 y 5 salarios mínimos, es decir lo máximo son \$9,967.5 pesos. El rango mayor se concentra entre los 2 a 3 salarios mínimos al mes, esto es entre \$3,987 a 5,980.50 pesos y vale señalar que muchos trabajos en turismo son de más de 8 horas.

Quizás en materia trabajo los cancenenses si están mejor que en sus lugares de origen. ¿Pero es eso realmente Calidad de Vida? Si se analizan los ingresos que se perciben y las horas trabajadas eso no sonaría tan bueno cuando es poco el tiempo para uno mismo. De acuerdo a estadísticas nacionales en 2011 el 64.22% de la población sufría problemas de alcoholismo, 58.25 % presentó problemas de drogadicción, existe una tasa de homicidios del 12.85%, 95.64% de la población consideraba elevado el grado de violencia, la percepción del 72.97% de la población era que se incrementó la violencia y la tasa de suicidios volvió a incrementarse y está en 2013 en 8.52%. Datos como estos muestran que quizás el destino turístico se posiciona y genera muchas ganancias económicas para algunos, pero en la entidad no hay desarrollo económico y menos sustentable.

La Organización Mundial de la Salud recomienda que por persona deban de existir 12 metros cuadrados de áreas verdes. Pero, en Cancún la cantidad de plazas de cemento o áreas de construcción aumentan y por ende disminuyen las áreas verdes de amortiguamiento, lo que ha llevado a que Cancún tenga 2.4 metros cuadrados por persona. Con lo anterior, queda claro que en la actualidad no existe una armonía entre las actividades urbanas y el medio ambiente. A pesar de que la zona hotelera muestra síntomas de fuerte deterioro donde la imagen de lo que fuera un bello boulevard ya no lo es tanto gracias a centros comerciales cerrados, incluso abandonados, construcciones clausuradas, sin ventanas al mar y un sistema lagunar contaminado en algunas secciones, se desea seguir construyendo más hoteles. Se tiene en mente que la solución a la caída en la derrama y el bajo poder adquisitivo del turista es construir más, hoteles de “lujo” de 1000 habitaciones, siempre para turistas de alto poder adquisitivo Europeo y Sudamericano.

Pero ya lo decía Salvador Antón, la proliferación y masificación de edificaciones crea muchos problemas y estos no se ven hasta que se deteriora el paisaje y los servicios muestran una disminución de turistas. Un destino que es bien evaluado por sus turistas y atiende las problemáticas que se le presentan, en este caso de pérdida de sustentabilidad, tiene mayor oportunidad de seguir bien posicionado entre sus visitantes. Por otra parte es más fácil atender los problemas cuando se encuentra uno bien posicionado que cuando ya se ha perdido posicionamiento. Pero para lo anterior es importante el compromiso de las autoridades y la participación real de la ciudadanía, esta debe de estar informada y ser proactiva dado que la sustentabilidad turística no se recupera como magia sino que requiere de la capacidad de organización de la gente para usar de manera eficiente los recursos y respetar el ordenamiento territorial establecidos en los planes y programas de desarrollo.

Esos planes y ordenamientos son necesarios porque los mecanismos de mercados presentan una fuerte incapacidad para regularse y para reparar los desequilibrios y externalidades que plantea el crecimiento. Esta situación queda evidenciada en la poca voluntad de los hoteleros de comprometerse a arreglar la erosión que las playas sufrieron a principios de 2015, exigiendo que sea el gobierno, a través de los impuestos ciudadanos que las arregle, cuando son ellos los que colaboraron a la afectación de las mismas debido a que se construyeron a pie de playa, y olvidando que son ellos los más beneficiados con los ingresos que los turistas dado el esquema turístico actual donde predomina el paquete todo incluido. De esta forma de las cinco áreas evaluadas para conocer la capacidad de carga turística de la Zona Hotelera se determina que la capacidad de carga biótica y ambiental ha sido rebasada dada la disminución de población biótica, la eutroficación de la Laguna Bojórquez y salud general del Sistema Lagunar Nichupté, la pérdida de cobertura de manglares que ha causado una disminución de la fauna que usa de alevinaje la zona. Por otra parte, las playas, principal atractivo del destino, cada día están más amenazadas

por la erosión dado su alto nivel de vulnerabilidad. A lo anterior, se debe de agregar la fragilidad que tiene el acuífero debido al tipo de suelo calcáreo y que constantemente está siendo impactado por mayores niveles de contaminación debido a las filtraciones de un relleno sanitario saturado.

Si la capacidad de carga social, que es la percepción del estado actual se la Zona hotelera y de una mejora en la calidad de vida por parte de la población, así como la opinión de los turistas parece no estar del todo impactada. Si es posible ver que al evaluar esa calidad de vida mediante indicadores económicos y sociales existe afectación. Por otra parte, quizás el turista que viene no ve cambios, sin embargo es claro al ver el histórico que quien hoy viene al destino es un turista que deja una derrama menor a la que dejaba antes. En relación a la capacidad de carga cultural está también está afectada, si bien en este trabajo solamente se concentraron los esfuerzos en evaluar lo que había sucedido con el patrimonio arqueológico maya que originalmente presentaba la Zona Hotelera y este hoy es mínimo, hay otras afectaciones como la pérdida de tradiciones dada la inminente adopción de elementos culturales norteamericanos para convertir al destino en un lugar aceptable a los ojos de ese mercado, situación que podría ser estudiada más adelante. Uno de los objetivos iniciales que el proyecto Cancún tenía era que el turismo sirviera de impulso para el desarrollo regional para la zona. Esta meta no ha sido alcanzada ya que para que existiera un desarrollo regional, si es una entidad principalmente turística, entonces se deberían de estar produciendo los insumos que la industria requiere, desde alimentos hasta insumos materiales como blancos, mantelería, materiales de construcción entre otros en el estado.

Desafortunadamente eso no se ha logrado, no se cosechan estatalmente los alimentos que la industria requiere, no ésta se adapta a los productos de la zona, hay pocas alianzas con las comunidades indígenas donde se piense en beneficiarlas, no han prosperado proyectos productivos de materiales necesarios en la zona. La industria turística lo que hace es importar sus insumos ya sea del centro o del extranjero con lo que los que se benefician son las empresas comercializadores pero no la producción local. El éxito económico de Cancún es claro, pero es momento de reflexionar, como lo dice Enríquez Savignac, acerca de si ese éxito económico aún persiste y más importante si se ha reflejado en un desarrollo sustentable de equilibrio y equidad social y dejar de pensar en la fórmula de más hoteles con más cuartos van a traer más turistas. Si se quiere un destino sustentable se debe de hacer y seguir una planeación sustentable. Lo dijo Enríquez Savignac en una asamblea de arquitectos y en este trabajo se comprueba que los desarrolladores ven su espacio a construir, los ingresos que por el proyecto recibirán, los políticos o gobiernos ven el beneficio por la autorización en su periodo, pero pocos ven más allá del entorno de ese campo de golf, condominio, zona hotelera, no hace proyecciones a futuro, no piensan en las implicaciones ambientales, bióticas, culturales o sociales y con ética presentar soluciones viables que integren un desarrollo integral regional sustentable. Solo se piensa en crecer, incrementar los beneficios para unos cuantos, sin pensar si estos afectan a otros. Es importante retomar lo que Herman Daly decía acerca del cambio de visión para priorizar lo cualitativo sobre lo cuantitativo como hasta ahora se ha hecho.

En la manía por el crecimiento Daly señala que el crecimiento de la población y la producción no puede estar por arriba de las capacidades de la sustentabilidad medioambiental de los recursos de regenerarse y de absorción de los desechos y eso es lo que a Cancún y su Zona Hotelera le ha venido sucediendo. Este es un trabajo que se centra en el análisis de Zona Hotelera del principal destino turístico de México, un destino que impulsó un nuevo modelo de cómo hacer turismo en el país, bajo el esquema de Centro Integralmente Planeado” que en su momento se pensó exitoso y por lo mismo fue replicado. A la vuelta de los años se observan las debilidades del mismo, pero las condiciones de este ya se reproducen en otros lugares y continúa sin aceptarse que debe de ser repensada es forma de turismo.

Las limitaciones a las que este estudio se enfrentó fue la constante presión de cambio y construcción que se realiza en la Zona Hotelera. Por otra parte como futuras investigaciones se propone realizar un análisis más integral de los impactos de la Zona Hotelera de Cancún en la Zona de la Ciudad de Cancún o

municipio de Benito Juárez desde la perspectiva de territorio para conocer el estado de la ciudad y problemáticas de la ciudad y su población y no solamente de la Zona Hotelera como ente aislado.

BIBLIOGRAFÍA

Acerenza, M. (2009). Competitividad de los destinos turísticos. México: Trillas.

Ayuntamiento del Municipio de Benito Juárez, Quintana Roo. (2005). Programa de Ordenamiento Ecológico Local del Municipio Benito Juárez, Quintana Roo. Cancún: Ayuntamiento del Municipio de Benito Juárez.

Brilliant, R., Vince, M., & Pradeepkumar, A. (2013). Beach carrying capacity analysis for sustainable tourism development in the South West Coast of India. *Environmental Research Engineering and Management*, 67-73.

Carbajal Pérez, N. (2009). Hidrodinámica y transporte de contaminantes y sedimentos en el Sistema Lagunar Nichupté-Bojórquez, Quintana Roo. México D.F.: Instituto Potosino de Investigación Científica y Tecnológica A.C Informe Final SNIB-CONABIO proyecto No. CQ063.

Castellanos, E. (2012). Planeación del espacio turístico. México: Trillas.

Cifuentes, M. (1992). Determinación de capacidad de carga en áreas naturales protegidas. Turrialba, Costa Rica: CATIE.

Coccosis, H. (2001). Defining measuring and evaluating Carrying Capacity in European Tourism Destinations. Athens: University of the Aegean, Greece.

Coccosis, H., & Mexa, A. (2004). The Challenge of Tourism Carrying Capacity Assesment. Great Britain: MPG Books Ltd.

Díaz, R. (2011). Desarrollo sustentable. Una oportunidad para la vida. México: Mc Graw Hill.

Dirección de Desarrollo Urbano del Municipio Benito Juárez. (1993). Programa de Desarrollo Urbano del Centro de Población de la Ciudad de Cancún. Cancún: Municipio Benito Juárez.

Dirección de Desarrollo Urbano del Municipio Benito Juárez. (2005). Programa de Desarrollo Urbano del Centro de Población de la Ciudad de Cancún - Actualización 2005. Cancún: Municipio Benito Juárez.

Echamendi, P. (2001). la capacidad de carga turística. Aspectos conceptuales y normas de aplicación. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 11-30.

Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México. (2014). Enciclopedia de los municipios de México. Recuperado el 09 de 03 de 2014, de Estado de Quintana Roo:
<http://municipiodecolon.gob.mx/woerk/templates/enciclo/EMM23quintanaroo/Economia.html>

Espinosa, M. (2011). Plan para la recuperación ambiental de la laguna de Bojórquez. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. Comisión Nacional del Agua. Instituto Mexicano de Tecnología del Agua. Informe final. Proyecto No. HL001. México: SNIB/CONABIO.

Flores, P., & Parra, C. (2007). Indicadores de capacidad de carga para el turismo sostenible de la región de Murcia. Obtenido de Encuentros académicos en la Web.

FONATUR. (1982). Cancún. Un desarrollo turístico en la costa turquesa. México.

García, A. (1992). La planeación de centros turísticos de México. México: Limusa.

Hardin, G. (01 de 10 de 2003). Cultural Carrying Capacity. A biological approach to human problems. Obtenido de dieoff.org: <http://dieoff.org/page46.htm>

Hernández, S., & Ginés, C. S. (2008). Turismo y desarrollo sostenible en los espacios urbanos, en caso de Palmas de Gran Canaria. En Destinos turísticos: viejos problemas ¿Nuevas soluciones? . Cuenca, España: Universidad Castilla la Mancha.

Holder, J. S. (1998). Pattern and impact of tourism on the environment of the Caribbean. En S. Medlik, Tourism Management (págs. 278-284). Oxford: Butterworth-Heinemann.

IMCO. (2013). Nueva política turística para recuperar la competitividad del sector y detonar el desarrollo regional. México: IMCO.

IMPLAN. (2013). Programa de Desarrollo Urbano del Centro de Población Cancún, Municipio Benito Juárez, Quintana Roo 2013- 2030. Cancún: Municipio Benito Juárez.

IMPLAN. (2014). Programa de Desarrollo Urbano del Centro de Población Cancún, Municipio Benito Juárez, Quintana Roo (2014-2030). Cancún: Municipio Benito Juárez.

Kurhade, S. (2013). Methodological framework for evaluation of Tourism Carrying Capacity of eco sensitive region. International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology, 781-786.

Lagunas, S., Sonda, R., Olivares, M. A., & Post, N. (2013). Analysis of the Room Supply in the Hotel Zone of Cancun, Mexico: EMU 9. Journal of Tourism Research and hospitality, 1-8.

López, V. (2009). Sustentabilidad y Desarrollo Sustentable. México: Trillas.

OMT. (2014). tendencias del turismo y estrategias de marketing. Recuperado el 09 de 03 de 2014, de OMT: <http://mkt.unwto.org/es/publication/panorama-omt-del-turismo-internacional-edicion-2013>

Rivas, M. (1997). Capacidad de carga turística e indicadores de impacto para el manejo de un turismo sustentable en Costa Rica. Costa Rica: Universidad Nacional.

SECTUR. (2007). Elementos para evaluar el impacto Económico, Social y Ambiental del Turismo de Naturaleza en México. México: SECTUR.

SEDETUR. (2013). Gobierno del Estado de Quintana Roo. Recuperado el 09 de 03 de 2014, de Indicadores turísticos enero - noviembre 2013: <http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/indicadores/2013.pdf>

SIIMT. (2014). Sistema integral de información de mercados turísticos. Recuperado el 09 de 03 de 2014, de situación del sector turístico: www.siimt.com/work/Situacion_Sector_Jul13.pdf

Tecnológico de Monterrey . (2012). Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos. Monterrey: Tecnológico de Monterrey.

BIBLIOGRAFÍA

Christine Mc Coy Profesor de Tiempo Completo de la Universidad del Caribe, Licenciada en Economía con Doctorado en Desarrollo Económico Regional, su trabajo de tesis doctoral está enfocado al análisis de Capacidad de Carga Turística para recuperar la perspectiva de destino turístico sustentable de Cancún. Se le puede localizar en S,M 78 Mza. 1. Lote 78 Fracc. Tabachines. CP 77528 Cancún. cmccoy@ucaribe.edu.mx

ANÁLISIS DEL DESARROLLO DEL APRENDIZAJE EN SUS TRES NIVELES: INDIVIDUAL, GRUPAL Y ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA VENTAJA COMPETITIVA PERCIBIDA DE LA EMPRESA

Zóchitl Araiza Garza, Universidad Autónoma de Coahuila
Edna de la Garza Martínez, Universidad Autónoma de Coahuila
Nidia Hernández Castro, Universidad Autónoma de Coahuila
Viridiana Alarcón Sánchez, Universidad Autónoma de Coahuila

RESUMEN

El desarrollo del aprendizaje organizacional es en la actualidad esencial, ya que al ser éste superior al de sus competidores puede ser utilizado estratégicamente para incidir en la ventaja competitiva de las firmas. En este estudio específicamente se analiza la relación que existe entre el aprendizaje organizacional en sus tres niveles, individual, de grupo y organizacional y de éstos con la ventaja competitiva percibida en ocho grandes empresas manufactureras de la Región Centro del Estado de Coahuila en México. La metodología empleada de enfoque cuantitativo consistió en la aplicación de un cuestionario estructurado a una muestra por conveniencia de 391 trabajadores y empleados de las empresas mencionadas; la información recabada se analizó a través del software estadístico SPSS. Los resultados encontrados revelan que el aprendizaje organizacional, en sus tres niveles, se relaciona con la ventaja competitiva percibida en las empresas en estudio.

PALABRAS CLAVE: Aprendizaje Organizacional, Ventaja Competitiva, Empresas Manufactureras

ANALYSIS OF LEARNING DEVELOPMENT THREE LEVELS: INDIVIDUAL, GROUP AND ORGANIZATIONAL AND ITS RELATIONSHIP WITH THE PERCEIVED COMPETITIVE ADVANTAGE OF THE COMPANY

ABSTRACT

The development of organizational learning is essential, because when it is superior to competitors, it can be used strategically to influence the competitive advantage of firms. This study analyses the relationship between organizational learning within its three different levels: individual, group and organizational. We also examine how these levels impact the competitive advantage perceived in eight big manufacturing companies of the central region of the state of Coahuila, Mexico. The methodology is a quantitative approach consisting of applying a structured questionnaire to a non-probabilistic sample of 391 workers and employees. The results show that organizational learning, at the three levels, it is related to perceived competitive advantage.

JEL: L6, J53, L61

KEYWORDS: Organizational Learning, Competitive Advantage, Manufacturing Companies

INTRODUCCIÓN

En la actualidad las empresas se desenvuelven en ambientes complejos donde el cambio es permanente, por lo que el uso de la información y el conocimiento son elementos clave para su desarrollo. De acuerdo a Mumford, Mobley, Reiter-Palmon, Uhlman y Doares (1991), mediante el acceso y el intercambio de conocimientos con los demás, las capacidades cognitivas de los individuos y los equipos se expanden, lo que les permite llegar a ideas creativas para resolver problemas complejos; por su parte Carmeli, Gelbard y Reiter-Palmon (2013), mencionan que el intercambio de conocimientos es crucial porque permite a las personas capitalizar el conocimiento existente dentro y fuera de la organización. En este sentido, el desarrollo del aprendizaje organizacional es por tanto en la actualidad esencial, ya que al ser éste superior al de sus competidores puede ser utilizado estratégicamente para incidir en la ventaja competitiva de las firmas. El estudio del aprendizaje organizacional ha sido abordado por diversos autores en tres niveles: aprendizaje individual, aprendizaje por grupo y aprendizaje organizacional. Este trabajo de investigación se realizó en la región centro de Coahuila, estado que se encuentra localizado al norte de la República Mexicana colindando con Texas; en el 2006 se presentó un fuerte incremento en la producción manufacturera en este estado (Díaz, Acevedo y Ramírez, 2008) siendo la siderúrgica Altos Hornos de México, S. A. el motor de la economía regional; en Coahuila predomina la industria metalmecánica, sector que requiere estar continuamente haciendo esfuerzos para la creación de productos y procesos innovadores, en sus diseños, en los materiales, de manera tal que se cumpla con las normas de calidad requeridas; esto permite que las empresas de este sector puedan enfrentarse al reto de la competitividad prevaleciente en México (Díaz, Acevedo y Ramírez, 2008).

En este sentido, el aprendizaje organizacional cobra vital importancia ya que las empresas que logren desarrollarlo, podrán ser más competitivas. Por lo anterior, resulta necesario conocer en sus diferentes niveles, el desarrollo del aprendizaje organizacional y establecer si el mismo apunta al desarrollo de ventajas competitivas de las firmas. Las grandes empresas seleccionadas son representativas de la economía regional ya que incluye a la siderúrgica antes referida y algunas metalmecánicas. Las ocho empresas cumplen con la estratificación de gran empresa publicada en el Diario Oficial de la Federación (2009) por la Secretaría de Economía ya que tienen un personal mayor a 250 y ventas anuales mayores a \$250 millones de pesos. El presente trabajo de investigación se ha estructurado de la siguiente manera: en la siguiente sección se presenta una revisión de la literatura relacionada con el tema del aprendizaje organizacional y la ventaja competitiva percibida. En un siguiente apartado se describe el método utilizado y en otro apartado se incluyen las características de los participantes y los resultados derivados de la información recabada. Finalmente, se presentan las conclusiones de este trabajo y las líneas de investigación futuras.

REVISIÓN LITERARIA

De acuerdo a la teoría de recursos y capacidades, se asume que la ventaja competitiva sostenible se adquiere de los recursos y capacidades de la empresa los cuales son heterogéneos (Penrose, 1959; Wernerfelt, 1984; Barney, 1991; Peteraf, 1993) y que al cumplir con las propiedades de ser valiosos, escasos y difíciles de imitar o de sustituir se convierten en recursos estratégicos de la empresa (Barney, 1991; Peteraf, 1993). En este sentido Cardona (2011) indica que una de las perspectivas en el que se ha desarrollado el estudio de la estrategia como búsqueda de la fuente de rentabilidad empresarial es la que corresponde a la organización misma y a los recursos y capacidades en los que se basa el logro de ventajas competitivas, sostenibles de largo plazo, conocida como la teoría de la visión de la empresa basada en recursos ó Resource Based View- RBV. Por su parte Cardona (2006) suma a la teoría de recursos y capacidades el enfoque basado en competencias situando a los factores internos de la organización, especialmente los intangibles como determinantes del desempeño y Ndofor, Sirmon, y He

(2011) indican que al actualizar, a partir de los conocimientos disponibles, las competencias y desplegarlas a través de estrategias competitiva, las empresas obtienen ventaja competitiva de sus recursos. Szulanski (1996), por su parte, afirma que el transferir conocimiento contribuye al desarrollo de capacidades organizacionales las cuales son difíciles de imitar y generan un desempeño sólido; esta transferencia de conocimiento según Liao & Hu, (2007), es lo que hace posible desarrollar competencias centrales, que acrecentarán el desempeño de la empresa y contribuirán positivamente con su ventaja competitiva

Aprendizaje Organizacional

De acuerdo a Ferrary & Pesqueux, (2006, p.67) citado por Pérez & Cortés (2009) el aprendizaje es entendido “como un proceso y no como un estado el cual conduce a la modificación de representaciones individuales”, para el nivel organizacional, “el acento se hace sobre el aspecto colectivo a partir de una dinámica interaccionista, la importancia de las representaciones y la referencia hacia una ideología progresista” (p. 67). El aprendizaje organizacional es abordado por Cardona (2006) desde el enfoque de recursos y capacidades, dándole un papel estratégico dentro de las organizaciones, al hacerlo responsable de la serie de transformaciones que se pueden hacer en los recursos estándar para desarrollar capacidades distintivas, y por Camisón (2002) quien lo considera fundamental para la organización ya que permite generar nuevas competencias y responder consistentemente a los cambios del entorno y por tanto, el poder mantener a través del tiempo la ventaja competitiva. En este estudio se asume dicho enfoque.

El aprendizaje organizacional ha sido estudiado por diversas disciplinas como la economía, la administración de la educación, la psicología, la sociología y más recientemente por la administración estratégica siendo estudiado a partir de los 90's desde una perspectiva organizacional donde Senge (1993) con un pensamiento sistémico asume que las organizaciones son inteligentes y que aprenden y expanden su capacidad para generar el futuro; en ese mismo año Kim (1993) presenta una teoría sobre el proceso a través del cual el aprendizaje individual avanza hacia el organizacional y es en 1995, cuando Pedler introduce el término *learning company* donde considera dos aspectos, i) el aprendizaje continuo y ii) el desarrollo de la organización desde un punto holístico, donde incluye la integración del aprendizaje individual a la empresa como un todo.

Más recientemente, siguiendo esta perspectiva organizacional el aprendizaje organizacional ha sido estudiado de diferentes formas, Castañeda & Fernandez (2007) validaron una escala de niveles y condiciones del aprendizaje organizacional, considerando como niveles al aprendizaje individual, grupal y organizacional y como condiciones para que se produzca a la cultura del aprendizaje organizacional, la formación y la trasmisión de información. En la validación del instrumento se fundamentaron los tres niveles pero sólo las condiciones de cultura del aprendizaje organizacional y la formación y se adicionó una condición identificada como claridad estratégica. De acuerdo Pérez & Cortés (2009) el aprendizaje individual es evidente cuando existe competencia individual, habilidad y motivación para emprender las tareas requeridas; el aprendizaje a nivel grupal se evidencia cuando existen dinámicas de grupo y el desarrollo de entendimiento compartido y el nivel de aprendizaje organizacional se da con el alineamiento entre los inventarios de aprendizaje no-humanos incluyendo sistemas, estructura, estrategia, procedimientos y cultura. Mayorca, Ramírez, Vioria & Campos (2007), adaptaron un cuestionario de Watkins y Marsick (1997) al contexto venezolano y lo validaron y confirmaron su confiabilidad quedando conformado de seis dimensiones Aprendizaje Continuo, Aprendizaje en Equipo, Sistema Integrado, Investigación y Diálogo, *Empowerment* y Dirección Estratégica que a su vez se dividen en tres niveles: aprendizaje a nivel individual, aprendizaje a nivel de equipo o grupo y el tercero corresponde al nivel aprendizaje organizacional. En este estudio se adopta este cuestionario para medir el aprendizaje organizacional.

Ventaja Competitiva

Diversos autores sugieren el uso de la percepción de los individuos para medir el rendimiento, Bontis, Crossan & Hulland (2002), muestran evidencia de que el rendimiento es un constructo social basado en la percepción del sujeto y afirman que las investigaciones muestran que las medidas percibidas de desempeño pueden ser: i) un sustituto razonable para los objetivos de medida del desempeño y ii) una correlación significativa con los objetivos de medida del desempeño financiero. Cardona (2006) en estudio realizado en 45 medianas y grandes empresas industriales pertenecientes al departamento de Caldas en Colombia, encontró que el aprendizaje organizacional medido en tres dimensiones, orientación al aprendizaje, conocimiento compartido y retención y recuperación del conocimiento influye en el rendimiento percibido de la organización y mide éste último desde la percepción de si la empresa es exitosa, considerando para tal efecto si conoce las necesidades de sus clientes, el alcance de objetivos y aprovechamiento de recursos y si existe una buena coordinación interna de la organización.

Los hallazgos del estudio realizado por Pérez y Cortés (2009), en donde encuestaron al total de 28 miembros de una organización, confirman una relación directa entre la percepción del desempeño y el aprendizaje organizacional, así mismo permiten concluir que los niveles individual y grupal tienden positivamente hacia el flujo de aprendizaje hacia adelante (cuándo y cómo el aprendizaje individual se mueve hacia adelante dentro de los niveles de aprendizaje grupal y organizacional), no así cuando se pasa al plano organizacional el cual se relaciona directamente con el flujo de aprendizaje hacia atrás (cuándo y cómo el aprendizaje está incrustado en la organización) y es el que determina la percepción del desempeño final. Grant (1996) sitúa a los factores internos de la organización, especialmente los intangibles, como determinantes del desempeño para dar lugar a ventajas competitivas y rentas sostenibles a largo plazo, refiriéndose a las competencias distintivas, e indica también que las ventajas competitivas están fundamentadas especialmente en la capacidad de transferir el conocimiento, es decir, en el aprendizaje organizacional.

Por su parte Maynez, Cavazos, Torres & Escobedo (2013) y Maynez & Cavazos (2012) realizaron estudios que se desarrollaron en empresas participantes en las industrias automotriz, médica, eléctrica, computación, de telecomunicaciones y otras, ubicadas en Ciudad Juárez, Chih., y en la ciudad de Chihuahua, Chih., México, comprobando el desempeño operativo percibido influye en la ventaja competitiva percibida. Utilizaron los siguientes indicadores para medir la ventaja competitiva percibida: rentabilidad económica, crecimiento de las ventas, participación de mercado, crecimiento de la empresa, productividad laboral y satisfacción del cliente. En este trabajo se utilizarán los indicadores de Maynez *et al.* (2013) y Maynez & Cavazos (2012).

METODOLOGÍA

Derivada de la revisión bibliográfica efectuada para el presente estudio se plantean las siguientes hipótesis:

H₁: Los tres niveles de aprendizaje organizacional se relacionan directa, positiva y significativamente entre si en las grandes empresas manufactureras en la región centro del estado de Coahuila.

H₂: Los tres niveles de aprendizaje organizacional se relacionan directa, positiva y significativamente con la ventaja competitiva percibida en las grandes empresas manufactureras en la región centro del estado de Coahuila.

La estrategia metodológica para la comprobación de las hipótesis propuestas se basó en un estudio cuantitativo, transversal, descriptivo y correlacional para lo cual se utilizó el método de encuesta, aplicada mediante un cuestionario estructurado adaptado de Mayorca *et al.* (2007) y Máynez *et al.* (2013), auto

administrado a 391 respondientes de las ocho grandes empresas manufactureras de la región centro del estado de Coahuila. Los datos obtenidos de octubre a diciembre del año 2014 se procesaron a través del paquete estadístico SPSS para medir las variables en estudio y establecer las relaciones buscadas. La muestra fue no probabilística, de trabajadores y empleados laborando en el contexto antes descrito. La medición de la variable aprendizaje organizacional se realizó en tres niveles, individual, por grupos y organizacional. El primer nivel individual incluyó trece indicadores, el segundo por grupo se compuso de seis indicadores y el tercer nivel de aprendizaje organizacional incluyó 24 indicadores y la medición de la ventaja competitiva se realizó mediante ocho indicadores. Los indicadores antes mencionados se pueden apreciar en el apartado de resultados en las

Tablas 2, 3, 4 y 5; los tres niveles de aprendizaje organizacional se midieron con una escala de Likert con valores numéricos discretos de 1 a 6, que a su vez está asociado a una escala cualitativa donde 1 significa nunca, 2 rara vez, 3 pocas veces, 4 algunas veces, 5 casi siempre y 6 que significa siempre; la ventaja competitiva percibida se midió también con escala de Likert con valores numéricos discretos de 1 a 6, pero en donde 1 es muy por debajo de la competencia, 2 por debajo de la competencia, 3 parcialmente abajo, 4 parcialmente arriba, 5 mejor que la competencia y 6 muy superior a la competencia. Posteriormente, para medir la relación entre los tres niveles del aprendizaje organizacional y entre cada uno de ellos y la ventaja competitiva percibida de las empresas en estudio, se calculó el coeficiente de correlación *Rho de Spearman*, ya que los indicadores fueron establecidos en escala ordinal estableciendo categorías, de menor a mayor.

RESULTADOS

Los resultados de este estudio se encuentran basados en el análisis de los datos recopilados entre 391 trabajadores y empleados de ocho grandes empresas de la industria manufacturera de la región centro del estado de Coahuila.

Características de las Empresas y de los Empleados y Trabajadores Respondientes

Los indicadores de los respondientes muestran una mediana en edad de 30 años con una edad mínima de 17 y una máxima de 65 años, el 35.5% son empleados y el 64.5% son trabajadores; el 83% corresponde al género masculino y el resto al femenino, el grado de escolaridad se presenta en la Tabla 1.

Tabla 1: Nivel de Escolaridad de los Empleados y Trabajadores Respondientes

Grado de Estudios	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	22	5.6
Secundaria	109	27.9
Preparatoria	146	37.3
Licenciatura	112	28.6
Posgrado	2	0.5
Total	391	100

Esta tabla muestra el nivel de escolaridad terminado (primaria, secundaria, preparatoria, licenciatura y posgrado) una muestra de 391 empleados pertenecientes a ocho empresas manufactureras de la región centro del estado de Coahuila, México.

Aprendizaje Organizacional

Los hallazgos relacionados con el desarrollo del aprendizaje organizacional individual en las empresas manufactureras se presentan a continuación en la Tabla 2.

Tabla 2: Aprendizaje Organizacional Individual Desarrollado en las Empresas Manufactureras

En Mi Organización	N	Moda	Desviación Estándar
Las personas discuten abiertamente sobre los errores con el fin de aprender de estas experiencias	391	4	1.34
Las personas identifican las habilidades requeridas para las tareas futuras	391	5	1.29
Las personas se ayudan entre sí en el proceso de aprendizaje	391	5	1.10
Las personas pueden conseguir dinero, tiempo y otros recursos para costear/facilitar su aprendizaje	391	4	1.26
A las personas se les da tiempo para su desarrollo personal/profesional	391	4	1.28
Las personas perciben los problemas en el trabajo como oportunidades de aprendizaje	391	4	1.27
Recompensan a la gente que buscan mejorar su desarrollo profesional	391	4	1.35
Las personas están dispuestas a una realimentación honesta entre unos y otros	391	5	1.18
Las personas están abiertas a escuchar diferentes puntos de vista antes de hablar	391	4	1.24
Se incentiva a la gente a que pregunte, ¿por qué? sin importar el puesto dentro de la organización	391	4	1.34
Cuando las personas dan su punto de vista o su opinión, también preguntan la opinión de los otros	391	4	1.32
Se tratan a las personas con respeto	391	5	1.17
Las personas invierten tiempo creando un ambiente de confianza entre ellos.	391	5	1.27
Aprendizaje organizacional individual	391	4	0.97

Esta tabla muestra los resultados encontrados acerca del aprendizaje organizacional individual desarrollado por una muestra de 391 empleados pertenecientes a ocho empresas manufactureras de la región centro del estado de Coahuila, México.

Se puede apreciar que en la mayoría de los indicadores los trabajadores contestaron una frecuencia de algunas veces (4), siendo el más alto el valor de cinco, en el que reconocen que casi siempre las personas identifican las habilidades requeridas para las tareas futuras, se ayudan entre sí en el proceso de aprendizaje, están dispuestas a una realimentación honesta entre unos y otros, invierten tiempo creando un ambiente de confianza entre ellos y se tratan a las personas con respeto. En la Tabla 3 se presentan los resultados del aprendizaje organizacional por grupo.

Tabla 3: Aprendizaje Organizacional Por Grupo Desarrollado en las Empresas Manufactureras

En Mi Organización	N	Moda	Desviación Estándar
Los equipos/grupos tienen la libertad para adaptar sus metas según sus necesidades	391	4	1.19
En los equipos/grupos a los miembros se les trata como iguales, sin importar el puesto, la cultura, u otras diferencias	391	5	1.25
Las dinámicas de grupo se centran tanto en la tarea del grupo, así como en la relación de trabajo entre sus miembros	391	5	1.23
Los equipos/grupos perciben las ideas generales como resultado de sus discusiones grupales y por la información recogida por ellos	391	5	1.31
Los equipos-grupos son retribuidos por sus logros alcanzados como grupo	391	4	1.21
Los equipos/grupos confían que la organización actuará según sus recomendaciones	391	4	1.24
Aprendizaje organizacional por grupo	391	4 ^a	1.03

^a *Existen dos modas, se muestra el menor de los valores. Esta tabla muestra los resultados encontrados acerca del aprendizaje organizacional por grupo desarrollado por una muestra de 391 empleados pertenecientes a ocho empresas manufactureras de la región centro del estado de Coahuila, México.*

Se observa que en tres indicadores los trabajadores contestaron una frecuencia de algunas veces (4), siendo el más alto el valor de cinco, en el que en tres indicadores reconocen que casi siempre en los equipos/grupos a los miembros se les trata como iguales, sin importar el puesto, la cultura, u otras diferencias; las dinámicas de grupo se centran tanto en la tarea del grupo, así como en la relación de trabajo entre sus miembros y los equipos/grupos perciben las ideas generales como resultado de sus discusiones grupales y por la información recogida por ellos. Enseguida, en la Tabla 4. se presentan los resultados del aprendizaje organizacional.

Tabla 4: Aprendizaje Organizacional Desarrollado en las Empresas Manufactureras

Mi organización	N	Mediana	Desviación Estándar
Utiliza una comunicación fluida y con intercambio de ideas a través de diferentes medios como sistemas de sugerencias	391	5	1.32
Permite a la gente conseguir la información que necesite en cualquier momento rápida y fácilmente	391	5	1.12
Mantiene una base de datos actualizada de las habilidades de empleados	391	4	1.28
Crea sistemas para medir las diferencias entre el funcionamiento actual y el esperado	391	4	1.24
Ofrece cursos de adiestramiento para todos los empleados	391	5	1.27
Evalúan los resultados del entrenamiento en función del tiempo y de los recursos invertidos en él	391	5	1.26
Hace reconocimiento a las personas que son proactivas	391	5	1.28
Dan a la personas opciones para elegir sus asignaciones en el trabajo	391	4	1.33
Invita a las personas a que contribuya con la visión de la misma	391	4 ^a	1.33
Le da control a las personas sobre los recursos que necesitan para lograr su trabajo	391	4	1.08
Apoya a los empleados que toman riesgos calculados	391	4	1.12
La visión de mi organización se construye considerando los diferentes niveles y grupos de trabajo		4	1.16
Ayuda a los empleados a hacer un balance entre su vida laboral y la familiar	391	4	1.35
Incentiva a las personas a que piensen con una perspectiva global	391	5	1.37
Promueve que se considere la opinión del cliente en el proceso de toma de decisiones	391	4	1.25
Considera el impacto de las decisiones en la moral del empleado	391	4	1.16
Trabajan junto con su entorno externo para satisfacer las necesidades mutuas	391	4	1.21
Incentiva a las personas a que den respuesta a los problemas tomando en cuenta el punto de vista de la organización como tal	391	4	1.17
Los líderes generalmente brindan el apoyo necesario por las oportunidades de aprendizaje y entrenamiento	391	5	1.14
Los líderes comparten la información actualizada con los empleados sobre la competencia, las tendencias y las líneas directrices de la organización	391	4	1.26
Los líderes autorizan a otros para que desarrollen la visión de la organización	391	4	1.31
El líder entrena a aquellos que lo siguen	391	4	1.23
Los líderes buscan continuamente oportunidades de aprendizaje tanto para ellos, así como para sus empleados	391	5	1.33
Los líderes se aseguran que las acciones de la organización sean consistentes con sus valores	391	4	1.20
Aprendizaje organizacional	391	4	0.90

^a Existen varias modas, se muestra el menor de los valores. Esta tabla muestra los resultados encontrados acerca del aprendizaje organizacional desarrollado por una muestra de 391 empleados pertenecientes a ocho empresas manufactureras de la región centro del estado de Coahuila, México.

Los resultados muestran que en la mayoría de los indicadores los trabajadores contestaron una frecuencia de algunas veces con valor de cuatro, siendo los más altos ocho indicadores de los 24, evaluados con cinco en el que reconocen que en la organización casi siempre en la organización utiliza una comunicación fluida y con intercambio de ideas a través de diferentes medios como sistemas de sugerencias, permite a la gente conseguir la información que necesite en cualquier momento rápida y fácilmente, ofrece cursos de adiestramiento para todos los empleados, se evalúan los resultados del entrenamiento en función del tiempo y de los recursos invertidos en él, hace reconocimiento a las personas que son proactivas, Incentiva a las personas a que piensen con una perspectiva global y también casi siempre los líderes generalmente brindan el apoyo necesario por las oportunidades de aprendizaje y entrenamiento y buscan continuamente oportunidades de aprendizaje tanto para ellos, así como para sus empleados.

Ventaja Competitiva Percibida

La ventaja competitiva percibida por los trabajadores de la industria manufacturera se presenta en la Tabla 5.

Tabla 5: Ventaja Competitiva Percibida en Empresas Manufactureras

Ventaja Competitiva Percibida	N	Moda	Desviación Estándar
Rentabilidad económica (utilidades)	391	5	1.41
Crecimiento de las ventas	391	5	1.09
Participación de mercado	391	5	1.07
Crecimiento de la empresa	391	5	1.10
Productividad laboral	391	5	1.03
Satisfacción del cliente	391	6	1.11
Total Ventaja competitiva percibida	391	5	0.92

Esta tabla muestra los resultados encontrados acerca de la ventaja competitiva percibida por los 391 empleados pertenecientes a ocho empresas manufactureras de la región centro del estado de Coahuila, México.

Se aprecia que el indicador más alto de ventaja competitiva es el de satisfacción al cliente evaluado con seis, mucho mejor que la competencia, en los otros indicadores resultaron en todos los casos con moda de cinco siendo calificados como mejor que la competencia.

Relación Entre los Tres Niveles de Aprendizaje Organizacional Desarrollado en la Empresa y de Éstos Con la Ventaja Competitiva Percibida

Finalmente para comprobar las hipótesis planteadas se aplicó el estadístico de correlación *Rho Spearman* encontrándose que: Para la correlación entre los tres niveles de aprendizaje organizacional, los resultados se presentan en la Tabla 6.

Tabla 6: Correlaciones Entre los Tres Niveles de Aprendizaje Organizacional

	Aprendizaje Organizacional Individual	Aprendizaje Organizacional Por Grupo	Aprendizaje Organizacional Organizacional
Aprendizaje organizacional individual	1	0.699***	0.683***
	391	0.000	0.000
Aprendizaje organizacional por grupo		391	391
		1	0.437***
Aprendizaje organizacional			0.000
		391	391
			1
			391

*** correlación estadísticamente significativa al nivel del 1%. Esta tabla muestra los resultados encontrados acerca de la correlación que existe entre los tres niveles de aprendizaje organizacional: individual, por grupo y organizacional.

Como se puede apreciar, todas las correlaciones son positivas y significativas a un nivel de confianza del 99%, por tanto los resultados permiten confirmar la H₁: Los tres niveles de aprendizaje organizacional se relacionan directa, positiva y significativamente entre si en las grandes empresas manufactureras en la región centro del estado de Coahuila. Lo encontrado coincide con Kim (1993) quien muestra el proceso a través del cual el aprendizaje individual avanza hacia el organizacional y con Pedler (1995) quien desde un punto holístico, incluye la integración del aprendizaje individual a la empresa como un todo. Se encontró también que existe una correlación significativa a un nivel de confianza del 99% entre la ventaja competitiva percibida y los tres niveles de aprendizaje organizacional lo cual se presenta en la Tabla 7.

Lo encontrado permite confirmar la H₂: Los tres niveles de aprendizaje organizacional se relacionan directa, positiva y significativamente con la ventaja competitiva percibida en las grandes empresas manufactureras en la región centro del estado de Coahuila. Este resultado es congruente con lo encontrado por Cardona (2006) quien confirmó que niveles altos de aprendizaje organizacional influyen en el rendimiento percibido de la empresa; así como con Grant (1996) quien indica que las ventajas competitivas están fundamentadas especialmente en la capacidad de transferir el conocimiento, es decir, en el aprendizaje organizacional; aunque con Pérez y Cortés (2009) sólo coincide parcialmente, ya que

ellos confirman también una relación directa entre la percepción del desempeño y el aprendizaje organizacional pero no así con el aprendizaje individual y grupal.

Tabla 7: Correlaciones Entre los Tres Niveles de Aprendizaje Organizacional y la Ventaja Competitiva Percibida

	Aprendizaje Organizacional Individual	Aprendizaje Organizacional Por Grupo	Aprendizaje Organizacional
Ventaja competitiva percibida	0.424***	0.512***	0.515***
	0.000	0.000	0.000
	391	391	391

*** correlación estadísticamente significativa al nivel del 1%. Esta tabla muestra los resultados encontrados acerca de la correlación que existe entre los tres niveles de aprendizaje organizacional: individual, por grupo y organizacional con la ventaja competitiva percibida.

CONCLUSIONES

Conocer en sus diferentes niveles, el desarrollado del aprendizaje organizacional y establecer si el mismo apuntala el desarrollo de ventajas competitivas de las firmas se estableció como objetivo de este estudio. La estrategia metodológica que se llevó a cabo en la investigación fue cuantitativa, transversal, descriptiva y correlacional aplicando un cuestionario a 391 trabajadores y empleados de ocho grandes empresas manufactureras de la región centro del estado de Coahuila, en México, mismas a las que se limitan los hallazgos encontrados. Los resultados del estudio permitieron comprobar que los tres niveles de aprendizaje organizacional se relacionan directa, positiva y significativamente entre si y con la ventaja competitiva percibida. El desarrollo del aprendizaje organizacional dentro de las empresas es fundamental, por tanto resulta de vital importancia impulsarlo en los tres niveles, individual, por grupo y organizacional, de tal manera, que pueda ser utilizado para desarrollar las ventajas competitivas de la organización, lo que influye de manera positiva en los resultados de las empresas. Como línea de investigación futura se plantea el realizar un modelo con las variables estudiadas en este artículo, pero que incluya además la medición del desempeño operativo de la empresa, con el propósito de determinar la causalidad de las relaciones en su conjunto entre dichas variables; desde el desarrollo del aprendizaje organizacional en sus tres niveles, pasando por su relación con el desempeño operativo hasta su incidencia en la ventaja competitiva. Es decir, comprobar si el aprendizaje organizacional incide de manera directa en la ventaja competitiva o lo hace en mayor proporción a través del desempeño operativo.

REFERENCIAS

- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Bontis, N., Crossan, M.M. y Hulland, J. (2002). Managing and Organizational Learning System by Aligning Stocks and Flows. *Journal of Management Studies*, V 39 (4). pp. 437 – 469.
- Camisón, C. (2002). Las competencias distintivas basadas en activos intangibles, en Morcillo, P. y Fernandez-Aguado, J. (Coord.). Dirección estratégica, Editorial Aries. Barcelona (2002).
- Cardona, J. (2006). El impacto del aprendizaje en el rendimiento de las organizaciones. Tesis de grado de maestría en administración. Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales.
- Cardona, R. (2011). Estrategia basada en los recursos y capacidades. Criterios de evaluación y el proceso de desarrollo. *Revista electrónica fórum doctoral*. num. 4. pp. 113-147.

Carmeli, A., Gelbard, R. y Reiter-Palmon, R. (2013). Leadership, creative problem-solving capacity, and creative performance: the importance of knowledge sharing. *Human Resource Management*, V 52 (1), pp. 95–122

Castañeda y Fernandez (2007). Validación de un escala de niveles y condiciones de aprendizaje organizacional. *Univ. Psychol. Bogotu (Colombia)*. V 6 (2), pp. 245-254.

Diario Oficial de la Federación (2009). Secretaría de economía. Gobierno de la república, México. www.economia.gob.mx.

Díaz, M., Acevedo, J. y Ramírez, C. (2008). Capacidades Tecnológicas e integración industrial de las PYMES del sector metal-mecánica con las empresas líderes en Sonora. *Mt 6 SinncO* 2008.

Grant, R. (1996). Prospering in dynamically-competitive environments: organizational capability as knowledge integration. *Organization Science*, V7 (4), pp. 375-388.

Kim, D. (1993). The link between individual and organizational learning. *Sloan Management Review*. V 35 (1), pp. 37-51.

Liao, S.-H., & Hu, T.-C. (2007). Knowledge transfer and competitive advantage on environmental uncertainty: An empirical study of the Taiwan semiconductor industry. *Technovation*, 27, 402-411.

Máynez, A. y Cavazos, J. (2012). La transferencia de conocimiento intra-organizacional, y las capacidades operativas de innovación y de reconfiguración: confirmación de influencias sobre el desempeño operativo percibido. Memorias en VI Congreso Internacional de Investigaciones y Estudios sobre competitividad y VI Simposio sobre Paradigmas Emergentes en Ciencias Administrativas y Desarrollo Regional. Ensenada, B.C.

Máynez, A., Cavazos, J., Torres, V., Escobedo, M. (2013). Las capacidades de la empresa para personalizar su producción y reconfigurarse de forma interna: ¿Influencian su desempeño operativo y su ventaja competitiva percibidos?, *Revista Internacional Administración & Finanzas* V6(7), 2013.

Mayorca, R., Ramírez, J., Vilorio, O. y Campos, J. (2007). Evaluación de un Cuestionario sobre Organizaciones que Aprenden: Adaptación, Validez y Confiabilidad. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, vol. XIII (2). pp. 149-164.

Mumford, M., Mobley, M., Reiter-Palmon, R., Uhlman, C., y Doares., L. (1991). Process analytic models of creative capacities. *Creativity Research Journal*, V 4 (2), pp. 91–122.

Ndofor, H. A., Sirmon, D. G., & He, X. (2011). Firm resources, competitive actions and performance: investigating a mediated model with evidence from the in-vitro diagnostics industry. *Strategic Management Journal*, 32 (6), 640-657.

Pedler, M. (1995). A guide to the learning organization. *Industrial and Commercial Training*. V 27 (4), pp. 21-25.

Penrose, E. (1959). *The theory of the growth of the firm*, New York: Wiley.

Pérez, J. y Cortés, J. (2009) Medición y validación del desempeño organizacional como resultado de acciones de aprendizaje. *Revista Ciencias Estratégicas*. V 17 (22). pp. 251-271

Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179–191.

Senge, P. (1993). La quinta disciplina: como impulsar el aprendizaje en la organización inteligente. Granica, S.A Barcelona (1993).

Szulanski, G. (1996). Exploring internal stickiness: impediments to the transfer of best practice within the firm, *Strategic Management Journal*, Vol. 17 (Winter Special Issue), 27-43.

Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm, *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180.

BIOGRAFÍA

Zóchitl Araiza Garza, Doctora en Administración, actualmente adscrita como investigadora a la Universidad Autónoma de Coahuila, en México, donde es líder del cuerpo académico micros, pequeñas y medianas empresas; cultiva la línea de investigación asociación y cooperación de empresas, exponiendo sus contribuciones como ponente en congresos nacionales e internacionales, así como publicando libros, y capítulos de libro de investigación además de artículos en revistas arbitradas e indexadas. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores de México y del cuerpo arbitral de varias revistas de investigación. Puede ser contactada en araizagarza@yahoo.com.mx

Edna de la Garza Martínez, Maestra en Administración y candidata al grado de doctor en Administración y Alta Dirección, actualmente se encuentra adscrita a la Universidad Autónoma de Coahuila como profesora de tiempo completo, ha participado como ponente en congresos nacionales e internacionales, ha escrito artículos en revistas arbitradas e indexadas y colabora en proyectos de investigación. Puede ser contactada en edisadelagarza@hotmail.com

Nidia Hernández Castro, Maestra en Administración de Sistemas de Información y candidata al grado de doctor en Administración y Alta Dirección, actualmente se encuentra adscrita a la Universidad Autónoma de Coahuila como profesora de tiempo completo, ha participado como ponente en congresos nacionales e internacionales, ha escrito artículos en revistas arbitradas e indexadas y colabora en proyectos de investigación. Puede ser contactada en nehc59mex@hotmail.com

Viridiana Alarcón Sánchez, alumna de la Universidad Autónoma de Coahuila, colabora en los proyectos de investigación desarrollados por la Dra. Araiza. Dirección Institucional: Facultad de Contaduría y Administración de la UAdeC, Carretera 57 Km. 4.5, Monclova, Coahuila, México.

IMPORTANCIA DE LA GASTRONOMIA TRADICIONAL POBLANA Y SU RELACION EN EL CONSUMO DE NOSTALGIA POR PARTE DE LOS MIGRANTES POBLANOS EN LOS ANGELES, CALIFORNIA

Ramón Sebastián Acle Mena, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Sandra Yesica Herrera Guzmán, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Jessica Yazmín Santos Díaz, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Abigail Claudio Morales, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Norma Angélica Santiestaban López, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

RESUMEN

El estudio se llevó a cabo durante las festividades del 5 de mayo de 2015 en la ciudad de los Ángeles, California; bajo un enfoque mercadológico. La problemática fundamental radicó en el fenómeno de migración México-Estados Unidos y el consumo de nostalgia de la gastronomía tradicional poblana. El objetivo principal fue describir la preferencia de los platillos típicos más representativos de la comida poblana y su consumo de nostalgia por parte de los migrantes poblanos radicados en Los Ángeles California. La investigación presentó un marco teórico que permitió la explicación de los términos relacionados con; migración, comida tradicional poblana y consumo de nostalgia. Así mismo se diseñó una metodología específica bajo un enfoque mixto que logró determinar cuantitativamente la correlación de las variables en estudio. Los resultados obtenidos servirán de referencia para que las empresas poblanas que deseen exportar sus productos, identifiquen una oportunidad de negocios en el mercado de nostalgia en Estados Unidos.

PALABRAS CLAVE: Migración, Comida Tradicional Poblana, Consumo de Nostalgia

THE IMPORTANCE OF TRADITIONAL GASTRONOMY FROM PUEBLA AND ITS RELATIONSHIP TO THE NOSTALGIA CONSUMPTION OF MIGRANTS FROM PUEBLA IN LOS ANGELES, CALIFORNIA

ABSTRACT

This study was conducted during the 5 de Mayo festivities in Los Angeles, California in 2015 under a marketing focus. The fundamental problem lies between the México-United States migration phenomena and the consumption of traditional nostalgic dishes from Puebla. The main objective was to describe the preference of traditional dishes from migrants of Puebla living in Los Angeles, California that are the most representative of this local cuisine and its nostalgia consumption. This research presented the following theoretical framework that allowed the explanation of terms related to: migration, traditional food from Puebla and nostalgia consumption. We also designed a specific methodology under a mixed approach that quantitative determined the correlation of these variables in the study. The obtained results will serve as reference for enterprises from Puebla that wants to export their products; they will be able to identify business opportunities in the nostalgia market in the United States.

JEL: M31, M31, D1, D12, Q1, U13, F2

KEYWORDS: Migration, Traditional Food from Puebla, Consumption of Nostalgia

INTRODUCCIÓN

En el fenómeno de migración México-Estados Unidos, la mayoría de los mexicanos migrantes se encuentran concentrados en las ciudades de: Los Ángeles, Chicago y Dallas. Para la migración poblana (objeto del presente estudio), los primeros puntos de destinos se concentran en: California, Nueva York y New Jersey. El fenómeno migratorio se ha convertido en un tema de gran relevancia tanto para los países de origen como para los receptores (Villafuerte, 2006). La migración es provocada por diversos factores, dentro ellos el que más destaca es la parte laboral-económica. En 2013, el 44.9% de los migrantes poblanos en Estados Unidos tenían secundaria como máximo nivel educativo, sólo el 6.5% tenían formación profesional, en su mayoría son relativamente jóvenes ya que su promedio de edad es de 35 años y en su mayoría del género masculino. Actualmente su diversificación ocupacional no importando lo antes mencionado favorece a México, haciendo de las remesas la segunda fuente de entrada de divisas del exterior para el mismo. (BBVAbancomer, 2014). De acuerdo a la concentración anterior, sólo se seleccionó a la ciudad de los Ángeles, California para realizar el presente estudio.

La migración es un factor que promueve la nostalgia o el sentimiento de melancolía hacia personas, lugares y objetos. Entre estos objetos se encuentran las mercancías como ropa, música, abarrotes, juguetes y alimentos, siendo este último uno de los más demandados y comercializados. El crecimiento de las comunidades de inmigrantes, la búsqueda de nuevos sabores por parte de los consumidores y el interés por culturas foráneas ha propiciado una notable expansión del consumo de alimentos nostálgicos o étnicos en Estados Unidos. Ello se evidencia en el buen desempeño mostrado por la venta de esta clase de productos, las cuales se han expandido en 15% durante el periodo 2008 – 2013 pese a la crisis económica; impulsadas básicamente por la dinámica demanda de variedades mexicanas y latinas. (Perú, 2015). Por otra parte, el corpus teórico en el área de la gastronomía es de reciente construcción, cuestión por la cual este concepto comienza a tener una importancia cultural a nivel mundial (Favila, López, & Quintero, 2014) Para los mexicanos, la gastronomía tradicional mexicana representa un modelo cultural completo que comprende actividades agrarias, prácticas rituales, conocimientos antiguos, técnicas culinarias, costumbres y modos de comportamiento comunitarios ancestrales. Sus conocimientos y técnicas son una expresión de la identidad comunitaria y permiten fortalecer los vínculos sociales y consolidar el sentimiento de identidad en el ámbito nacional, regional y local. De esta forma la investigación aporta conceptos novedosos como: consumo de nostalgia y mercado de nostalgia. Por último, este estudio se encuentra organizado de tal forma que para la revisión de literatura se describen los conceptos de: migración, comida tradicional mexicana y consumo de nostalgia que son palabras clave para la correcta concepción del tema. Posteriormente se muestra la metodología utilizada y finalmente se presentan los resultados de la investigación, sus conclusiones y referencias.

REVISIÓN LITERARIA

Se presentan a continuación los términos de: migración, comida tradicional poblana y consumo de nostalgia, que sirvieron como base dentro del contexto teórico.

Migración

La migración internacional es uno de los grandes fenómenos globales de nuestros días apreciándose en diferentes regiones del planeta (Tamayo & Fernandez, 1983). Comentan Castles y Miller que prácticamente ningún país, como tampoco ninguna región del mundo escapa a la dinámica de las migraciones o puede mantenerse ajeno a sus consecuencias, haciendo que esta experiencia universal se convierta en la marca de

la era de la migración (Castles & Miller, 2004). La mayoría de los movimientos poblacionales se originan en la búsqueda de mejores condiciones de vida, por lo general por causas como: carencias económicas (García, 2006), presiones sociales, demográficas y ecológicas en los países de origen y los problemas de gobernabilidad en naciones con regímenes políticos frágiles e inestables (Tuirán, 2006) con la finalidad de buscar un mejor sitio y un trabajo que les permita tener óptimas condiciones de vida, satisfaciendo así sus necesidades básicas. Actualmente, el fenómeno de migración México - Estados Unidos se ha convertido en un problema real, que afecta de manera importante a ambos países, tanto en el ámbito nacional como en el internacional. Otro aspecto distintivo del fenómeno migratorio contemporáneo es el incremento de la movilidad indocumentada. (Roldán, 2015).

La migración de México a Estados Unidos, tiene una serie de características que le dan especificidad con respecto a otros flujos migratorios en el mundo y de otras épocas como lo son: las asimetrías económicas que existen entre los dos países, las políticas migratorias implementadas en diversos momentos, la vecindad geográfica y los hechos históricos como la anterior pertenencia a México de un territorio que ahora forma parte de Estados Unidos (Valenzuela, 2008), siendo estas dos últimas las principales razones de la migración entre estos dos países, observando así un carácter más permanente en su migración hacia un solo destino. Al parecer el factor o motivo más importante que contribuye a la permanencia de esta problemática es la parte laboral-económica, impulsado por la interacción de variables que operan en ambos lados de la frontera; como la demanda y la oferta de trabajadores mexicanos en la zona norte (Hernández, 1980), aunque no se dejan de considerar la existencia de otros factores. El proceso migratorio mexicano se distingue por tener sus raíces a finales del siglo XIX, que se perpetuó y desarrolló de manera constante a lo largo del siglo XX y que seguirá creciendo en este nuevo siglo XXI.

Por otro lado, la mayoría de los migrantes mexicanos en Estados Unidos mantienen interrelaciones sociales, culturales, económicas y políticas en los dos países. Muchos de ellos son trabajadores temporales que participan en un circuito transnacional y mantienen abierta, de manera permanente, una puerta de comunicación e intercambio cultural en ambos países. Sin embargo, a través de estos circuitos binacionales, giratorios y dinámicos se lleva a cabo una interacción constante de ideas, cultura, lenguaje, valores y formas de vida entre los dos países. Actualmente el segmento de migrantes mexicanos en Estados Unidos representan relativamente a jóvenes con una edad promedio de 35 años, la mayoría de ellos de género masculino. Su diversificación ocupacional en este país ha favorecido a México ya que los flujos de remesas a hacia este país son la segunda fuente de entrada de divisas del exterior. (Albo & Ordaz, 2011) En cuanto a la geografía e intensidad migratoria de México-Estados Unidos, según informes del censo 2010 que reporta el Consejo Nacional de Población (CONAPO); el 96% de los migrantes mexicanos se dirige hacia Estados Unidos y 4% restante a otros 143 países (CONAPO, 2013).

En Estados Unidos, histórica y geográficamente los estados que hacen frontera con México: Arizona, California, Nuevo México y Texas, han sido receptores tradicionales de la migración mexicana. Esta región concentra, por mucho, el mayor número de inmigrantes mexicanos en Estados Unidos. Actualmente el estimado de la población total en Estados Unidos es de 318, 857,056 habitantes, de los cuales 54 millones (17.4%) son latinos; siendo 34 millones (64%) de origen mexicano. Los estados de la Unión Americana con más latinos son; California, Texas, Florida, Nueva York e Illinois. La concentración poblacional preferente de los latinos se ubica de la siguiente manera; en el oeste 19, 469,104 latinos, en el Sur 17, 117,750 latinos, en el Noreste 6, 539,067 latinos y en el Medio Oeste 4, 431,338 latinos.

Los estados de la Unión Americana con más inmigrantes mexicanos según el estimado al 2014 del Census Bureau de Estados Unidos son: California 12, 510,971 mexicanos, Texas 9, 032, 310 mexicanos e Illinois 1, 711,841 mexicanos. Cuatro condados concentran el 23% de la población de inmigrantes mexicanos; Los Ángeles y Orange County en California, Harris en Texas y Cook en Illinois. Así mismo las ciudades donde habitan más mexicanos son; Los Ángeles con 1, 255,938 mexicanos, Chicago con 603,764 mexicanos y Dallas con 662,387 mexicanos (United States Census Bureau, 2015). En la ciudad de los Ángeles,

California se encuentra la localidad East LA, con una población de 114,092 mexicanos, los cuales representan un 90% de la población de esta localidad. Por último, es importante mencionar el fenómeno de migración del estado de Puebla hacia Estados Unidos, el cual es tomado como referencia para el presente estudio. Según el Instituto de los Mexicanos en el Exterior (IME), en su reporte de estadísticas de mexicanos en el exterior (migrantes con matrículas consulares), reporta que la mayoría de los poblanos que emigran a Estados Unidos se concentran en California con un 33%, Nueva York con un 21.1% y New Jersey con un 9.2% (IME, 2013).

Comida Tradicional Poblana

El corpus teórico en el área de la gastronomía es de reciente construcción, cuestión por la cual este concepto comienza a tener una importancia cultural a nivel mundial (Favila, López, & Quintero, 2014). Dentro de este concepto es fundamental reconocer que la satisfacción de las necesidades alimenticias es una condición indispensable de la supervivencia de los seres vivos. Como señala Back, incluso en nuestra sociedad moderna y racional en la que supuestamente sólo se reconoce una evolución bioquímica de la nutrición, la comida proporciona importantes aspectos de identidad sociocultural (Back, 1977) volviéndose una actividad social y parte fundamental de la cultura de cualquier nación. El olor, el color, la textura y el sabor de los alimentos generalmente son inigualables, debido al código que poseen por naturaleza y que los hace especiales de un país determinado (Sandoval, 2015). Los modos de cómo los alimentos son preparados, servidos y concebidos, expresando las formas mediante los cuales los individuos de cada sociedad o grupo particular proyectan sus identidades (Brillant, 2012), “Dime que comes, y te diré quién eres”.

Al mismo tiempo, la alimentación y en particular la cocina, está relacionada con la historia, con el sentido de ser y pertenecer, es decir, con la identidad. Mintz señala que los “alimentos que se comen tienen historias asociadas con el pasado de quienes los comen; las técnicas empleadas para encontrar, procesar, preparar, servir y consumir esos alimentos varían culturalmente y tienen sus propias historias. Y nunca son comidas simplemente; su consumo está condicionado por el significado” (Mintz, 2003). Claude Lévi-Strauss, Marvin Harris y Jessica Kuper, reconocen que la autenticidad que un grupo social se refleja a través de su gastronomía y los elementos que invierten en dicho proceso como factor generador de identidad social, temporal y espacial. Cuando se cocina, se repiten de manera invariable, una serie de recetas, fórmulas y técnicas culturales que impiden la arbitrariedad; es, por lo tanto, una forma cultural, el área práctica y teórica donde se reproducen los mitos, las tradiciones, los conceptos e identidad de una comunidad (Strauss, 1977). La cocina es el lugar en donde las costumbres, tradiciones y novedades, se han relacionado en un mestizaje perfecto, además, en donde se llevan a cabo las actividades más importantes en el ámbito familiar y espacio donde al preparar los alimentos se efectúa una de las prácticas culturales más complejas e integrales que puedan existir, donde lo intangible hermanado con la materialidad, se perpetua (Pilcher, 2001).

La historia de un pueblo renace diariamente en la cocina, con cada ingrediente utilizado, cada proceso de elaboración o la forma misma de servir el platillo se forja sentido de identidad, se provee una diferenciación simbólica que trasciende a través de las generaciones perpetuando rasgos puros y notables de los pueblos. Es por ello que el mundo de la comida es un territorio plagado de sentidos y de símbolos mediante los cuales las comunidades crean y reproducen sus identidades. (Juárez, 2010) La comida mexicana, es un cúmulo de mezclas, sentimientos y arraigos que se combinaron para dar diversidad en nuestras vidas y mesas (Niembro & Téllez, 2012). La cocina mexicana es creación mestiza, resultado de la fusión de dos elementos principales; la cultura del maíz -como ingrediente principal en la dieta diaria de la cocina nativa prehispánica- y la elemental cocina española (Celis, 2003), es por esto que nuestro tesoro culinario es fruto del sincretismo de dos culturas que, antes de encontrarse, ya habían acumulado siglos de tradición (PROFECO, 2013). La base indispensable de esta cocina es la trilogía maíz-chile-frijol considerados como el eje singular que representa la identidad cultural y agrupa la diversidad que caracteriza a la nación. Esta cocina y sus rasgos tradicionales que la distinguen, forman parte de un complejo sistema cultural entrelazado con concepciones cosmogónicas, valores simbólicos y un carácter ceremonial y ritual

omnipresentes a lo largo de la vida del individuo y de la comunidad. Nacimiento, bodas, siembras o cosechas y todo hecho que implique momentos trascendentes para la vida colectiva, son ocasiones para una buena comida en compañía de la familia y el grupo (De Maria, 2011), constituyéndose como uno de los más vigorosos y dinámicos bienes del patrimonio inmaterial de México. Porque de los modos de comer depende la vida de los pueblos, entendida como un sistema de costumbres, culto y ritualidad; cohesión social, comunitaria e identidad nacional (Padilla, 2004).

De todas las características de la cocina mexicana antes mencionadas, se logra que por primera vez el sistema alimentario de un país acceda al rango de patrimonio cultural de la humanidad. En un hecho sin precedentes el “16 de noviembre de 2010”, la cocina tradicional mexicana fue declarada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) patrimonio cultural de la humanidad. La UNESCO fundamenta que: “La cocina tradicional mexicana es un modelo cultural completo que comprende actividades agrarias, prácticas, rituales, conocimientos antiguos, técnicas culinarias, costumbres y modos de comportamiento comunitarios ancestrales. Sus conocimientos y técnicas son una expresión de la identidad comunitaria y permiten fortalecer los vínculos sociales y consolidar el sentimiento de identidad en el ámbito nacional, regional y local” (UNESCO, 2012). Algunos famosos conocedores de asuntos gastronómicos aseguran que la cocina mexicana se sitúa dentro de las tres más importantes del mundo, junto con la francesa y la china, aunque algunos también incluyan a la italiana en este nivel (Celis, 2003). Para el caso específico del presente estudio, la gastronomía del estado de Puebla y sus platillos no sólo son un deleite para el paladar, sino también una experiencia estética inigualable que dibuja a los ojos de los comensales, el espíritu y la cultura de un Puebla con herencia milenaria.

Y es que, en la misma esencia de cada una de sus recetas, se descubre la historia del encuentro de dos mundos diametralmente opuestos; una suerte de gastronomía artesanal que combina sabiamente la cocina indígena mexicana con la hispana. También se puede mencionar que la gastronomía poblana tiene influencias tales como la española, francesa y árabe. La comida tradicional poblana se puede identificar por tres ingredientes primordiales: maíz blanco y azul, los ayocotes, los chiles chipotle y poblano y la combinación de estos con otros ingredientes formaron una variedad de platillos vasta y variada. Esta gastronomía es una de las más complejas, ricas y variadas en México. Debido a lo anterior se pudieran enumerar cientos de platillos tan diversos provenientes de sus diferentes municipios y comunidades. A continuación, en la Tabla 1 se muestran solo los platillos más representativos de la gastronomía poblana según una encuesta realizada a 10 chefs pertenecientes a la ciudad de Puebla.

Nostalgia

Existe un patrón en los migrantes, donde los sentimientos de vulnerabilidad, melancolía, discriminación y riesgo siempre están presentes (Ibarra, 2013). El presente estudio hará referencia al sentimiento de nostalgia o melancolía por parte de los migrantes mexicanos en Estados Unidos, al sentir tristeza por recordar a personas, familiares u objetos queridos o perdidos. La nostalgia se refiere al estado de decaimiento, melancolía y languidez causado por el pesar obsesivo o el recuerdo del lugar de origen en el que se ha vivido por largo tiempo. La nostalgia es un sentimiento, estado de tristeza o melancolía que sufren los individuos cuando añoran o extrañan la pérdida de alguien o algo. Este sentimiento se ve asociado con la melancolía de cualquier migrante ubicado en otro destino diferente al de su origen, con referencia hacia sus familiares, amigos, compañeros, música, ropa, juguetes, alimentos, bebidas, etc. (Acle & Burguete, 2012). Dentro del presente estudio, la nostalgia juega un papel histórico importante dentro del carácter y sentimiento del mexicano, el cual se ve reflejado en particular en los migrantes mexicanos que al estar fuera o lejos de su tierra natal, ante una cultura diferente (Norteamericana), surgiendo así las necesidades de; seguridad, identificación y diferenciación, logrando así satisfacer su nostalgia consumiendo productos de origen mexicano, reflejando el “carácter nacional”, término que Béjar Navarro define como; la recolección de datos sistemáticos sobre sentimientos, emociones, afectos, motivaciones, formas perceptuales, pensamientos, creencias, preferencias y formas de comportamiento social, que dentro de la diversidad del

universo individual sean uniformes en el plano colectivo, el carácter nacional es una manera peculiar de ser; se refiere a las características y patrones, de la personalidad relativamente estables que son modales entre los miembros adultos de una sociedad (Bejár & Capello, 1987). Por lo tanto; la cultura, sentimientos, emociones y preferencias de esta creciente etnia conformada por migrantes mexicanos radicados en Estados Unidos representa actualmente una gran oportunidad de negocios para el consumo de nostalgia.

Tabla 1: Los Platillos Más Representativos de la Gastronomía Poblana

Antojitos	Sopas, Caldos y Arroces	Carnes, Aves y Pescados	Moles, Chiles y Pipianes	Dulces, Postres y Bebidas
Pambazos	Arroz Poblano	Robalo al horno	Chiles en nogada	Borrachitos
Quesadilla de Huitlacoche	Flor de calabaza y hongos al epazote	Pescado al cuitlacoche	Chileatole en verde	Jamoncillos
Cemitas de mercado	Caldo de Habas	Truchas al epazote	Salsa roja estilo Cuetzalan	Arroz con leche y manzana
Memelas	Caldo de camarón seco y Nopales	Pescado teresiano	Enchiladas poblanas	Camotes de Santa Clara
Molotes	Consomé Atlisquense	Barbacoa de pollo	Guaxmole	Natillas de leche
Chalupas	Crema de Flor de calabaza	Cecina de la Sierra	Manchamanteles	Rompope
Huevos rancheros a la poblana	Sopa a la reina	Cuete mechado	Mole de Caderas	Polvorones de piñón
Pelonas	Sopa de aguacate	Puerco en salsa verde	Mole poblano	Tejocotes en su jugo
Chanclas	Sopa rajás y elote	Lentejas con puerco de Tepeyahualco	Pipián verde	Torreas poblanas
Tlacoyos	Sopa Suriana	Tinga poblana de pollo	Chiles rellenos	Tortitas de Santa Clara

En ésta Tabla se muestran los platillos más representativos de la gastronomía poblana a través de cinco categorías, de acuerdo a como aparecen en el libro “Puebla, Cocina de los Ángeles”, editado por el Ayuntamiento de Puebla, en el 2010. Las categorías que se presentan aparecen como títulos en cada columna y son los siguientes: La categoría de antojitos, la categoría de sopas, caldos y arroces, la categoría de carnes, aves y pescados, la categoría de moles, chiles y pipianes, y por último la categoría de dulces, postres y bebidas. Fuente: (Puebla, 2010).

El fenómeno de la nostalgia y su consumo está relacionado con los términos; producto, mercado y consumo. Los cuales se explican a continuación: a) Producto de nostalgia según un estudio de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), se entiende como aquellas mercancías que integran “bienes y servicios, que forman parte de los hábitos de consumo, cultura y tradición de los diferentes pueblos y naciones” y parte de la idea de que en el caso de los grupos sociales que emigran al extranjero, tienden a extrañar, a recordar ciertos productos que forman parte de su vida cotidiana, productos y servicios que difícilmente pueden encontrar en sus lugares de destino (CEPAL, 2004). Cabe mencionar que uno de los principales decisores de compra de este tipo de productos en los migrantes, es la variable “autenticidad” (SIICEX, 2015). Para la presente investigación se entiende por producto de nostalgia a un bien o servicio diferenciado que se compone de una serie de costumbres, tradiciones, hábitos de consumo que formaban parte de su vida cotidiana en su lugar de origen y que satisface necesidades y deseos de los migrantes al recordar, añorar su cultura en otro destino. Los productos de nostalgia abarcan diferentes bienes y servicios desde ropa, música, alimentos, muebles, regalos, artesanías, restaurantes, entretenimiento, etc. Entre los más demandados están los bienes de consumo (alimentos, bebidas y abarrotos).

b) El mercado de nostalgia, es el grupo de migrantes con necesidades y deseos específicos de productos de nostalgia, así como de dinero y voluntad para gastar. Dicho mercado se compone de productos de nostalgia que demandan millones de migrantes de primera y segunda generación y refleja buena parte de los hábitos y tradiciones culturales de sus regiones de origen y que tienden a extrañar. El mercado de nostalgia representa un sin número de ventajas para la economía de los países emergentes de Latinoamérica; incentivar, acelerar la producción y exportación de mercancías y servicios que en los países emergentes se están perdiendo por efectos de la migración, lo que ayudaría a la generación de empleos, a la recuperación de tradiciones, de mejora de calidad de bienes y servicios, mejoría en los procesos productivos y tecnología de vanguardia, incentivar las costumbres y tradiciones nacionales ante la homogenización de la influencia global por parte de países altamente industrializados. c) El consumo por nostalgia, es la acción y el efecto de los migrantes, por adquirir productos de nostalgia, que representaban una serie de costumbres, tradiciones y hábitos de consumo que formaban parte de su vida cotidiana en su lugar de origen y que satisface necesidades y deseos al recordar, añorar su cultura en otro destino. Dicho consumo trata de una

demanda permanente, no asociado a la moda sino a la cultura y al arraigo de sus países de origen. Se considera que no es un mercado ni un deseo, se trata de una acción y efecto de adquirir productos de nostalgia por parte de los migrantes que activa la demanda en el mercado de nostalgia (Acle & Burguete, 2012).

METODOLOGÍA

La problemática fundamental del presente estudio, radicó en el fenómeno de migración México-Estados Unidos y en el consumo de nostalgia de la gastronomía tradicional poblana. En la actualidad la migración mexicana se encuentra concentrada en las ciudades de; Los Ángeles, Chicago y Dallas. En cuanto a la migración poblana, el primer punto de destino se concentra en; California, Nueva York y New Jersey. De acuerdo a lo anterior se seleccionó la ciudad de los Ángeles, California para realizar el presente estudio. Gran parte de los migrantes mexicanos en Estados Unidos mantienen interrelaciones sociales, culturales, económicas y políticas en los dos países manteniendo abierta y de manera permanente, una puerta de comunicación e intercambio cultural en ambos países realizando una interacción constante de ideas, cultura, lenguaje, valores y formas de vida entre los dos países. Cabe señalar que este intercambio genera movimientos en el estilo de vida de los pobladores de ambos lados de la frontera, mismos que han sido estudiados y documentados tanto en Estados Unidos como en México, en sus aspectos sociológicos, demográficos, políticos, económicos entre otros y sólo recientemente en sus aspectos mercadológicos en el consumo de nostalgia y en especial en la comida tradicional poblana.

El objetivo principal fue describir la preferencia de los platillos típicos más representativos de la comida poblana por parte de los migrantes poblanos radicados en Los Ángeles, California. La hipótesis planteada fue determinar “si la gastronomía tradicional poblana tiene relación en el consumo de nostalgia por parte de los migrantes poblanos radicados en los Ángeles, California”. El diseño de la metodología utilizado en el estudio se describirá a continuación: Se realizó bajo un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), utilizando la investigación de tipo; correlacional, descriptivo y transversal, siguiendo los métodos de investigación; deductivo, analítico y sintético. Las técnicas de investigación que se aplicaron fueron; la encuesta y la entrevista, dirigida a los migrantes poblanos radicados en Los Ángeles, California que fueran mayores de 20 años y menores de 60 años. Se aplicó un cuestionario mixto conformado inicialmente con 5 ítems utilizando la Escala tipo Likert y finalizando con 5 preguntas nominales cerradas de opción múltiple, aplicados por 5 encuestadores de origen mexicano.

La encuesta se aplicó durante las festividades del 5 de mayo del 2015 en “El Mercado de los Ángeles” ubicado en el Este de los Ángeles y en “Placita Olvera”, ubicada en el centro de Los Ángeles. Se tomó como universo 700,000 migrantes poblanos radicados en el Condado de los Ángeles, llegando a un tamaño de muestra de 383 migrantes poblanos ajustado a 390, utilizando para este cálculo los criterios de 95% de confiabilidad, 5% de margen de error, 50% de probabilidad a favor y 50% de probabilidad en contra. Por último, se utilizaron las siguientes pruebas estadísticas para el análisis de datos; para la parte cuantitativa; el Coeficiente de Correlación de Pearson y el Coeficiente de Cronbach para determinar la confiabilidad del cuestionario obteniendo .7 de coeficiente, considerado aceptable para su aplicación y por último para la parte cualitativa se usó la estadística descriptiva.

RESULTADOS

Para este apartado se presenta primero la Tabla 2 mostrando la operacionalización de las variables independientes, segundo, la Tabla 3 correspondiente a los resultados cuantitativos y por último la Tabla 4 y 5 correspondientes a los resultados cualitativos. Resultados Cuantitativos: de acuerdo a los 5 ítems y su escala Likert, que permitieron determinar “si la gastronomía tradicional poblana tiene relación en el consumo de nostalgia por parte de los migrantes poblanos radicados en los Ángeles, California”, a través

del Coeficiente de Correlación de Pearson demostraron que aportan evidencia a favor, comprobando de esta forma la hipótesis planteada. Se presentan a continuación los resultados en la siguiente Tabla 3.

Tabla 2: Operacionalización de las Variables Independientes

Nostalgia		
Variable independiente:	Nostalgia	
Variable Conceptual:	La nostalgia es un sentimiento, estado de tristeza o melancolía que sufren los individuos cuando añoran o extrañan la pérdida de alguien o algo (Acle & Burguete, 2012).	
Variable Operacional:	Está determinada por: Migración y cultura.	
Dimensión	Indicador	Ítems
Migración	Nostalgia por su lugar de origen.	1-El estar fuera de Puebla y viviendo en Estados Unidos le provoca un sentimiento de nostalgia.
Cultura	Arraigo a las costumbres.	3-Es importante para usted seguir conservando sus tradiciones y costumbres mexicanas viviendo en Estados Unidos
Consumo de Nostalgia		
Variable Independiente:	Consumo de nostalgia.	
Variable Conceptual:	Es la acción y el efecto de los migrantes, por adquirir productos de nostalgia, que representaban una serie de costumbres, tradiciones y hábitos de consumo que formaban parte de su vida cotidiana en su lugar de origen y que satisface necesidades y deseos al recordar, añorar su cultura en otro destino (Acle & Burguete, 2012).	
Variable Operacional:	Está determinada por: Consumo de bienes y servicios de nostalgia.	
Dimensión	Indicador	Ítems
Consumo por nostalgia	Adquisición de bienes y servicios por parte de los migrantes mexicanos.	1-Consumo alimentos de origen mexicano. 4-Extraña la comida poblana. 5-Cada vez que consume algún tipo de comida poblana recuerda su lugar de origen.

En esta Tabla 2 se muestra la operacionalización de las 2 variables independientes: Nostalgia y consumo de nostalgia. A través de esta tabla se exponen cada una de las variables, compuestas por su definición conceptual y su definición operacional, así mismo se mencionan sus dimensiones para después relacionarlas con sus indicadores, para que por último se establezcan los ítems, formulando así el instrumento de medición (cuestionario). Fuente: Elaboración propia en base al marco metodológico.

Tabla 3: Resultados Cuantitativos

Ítem	Afirmación	Escala	Coeficiente de Correlación de Pearson	Interpretación
1	El estar fuera de Puebla y viviendo en Estados Unidos le provoca un sentimiento de nostalgia.	5 Definitivamente si 4 Probablemente si	0.92	Correlación positiva muy alta.
2	Consume alimentos de origen mexicano.	3 Indeciso	0.79	Correlación positiva alta.
3	Es importante para usted seguir conservando sus tradiciones y costumbres mexicanas viviendo en Estados Unidos	2 Probablemente no 1 Definitivamente no	0.68	Correlación positiva moderada
4	Extraña la comida poblana.		0.81	Correlación positiva alta.
5	Cada vez que consume algún tipo de comida poblana recuerda su lugar de origen.		0.74	Correlación positiva alta.

La Tabla 3, referente a los resultados cuantitativos, muestra los cinco ítems utilizados, así como de su Escala Likert: Definitivamente si (5), Probablemente si (4), Indeciso (3), Probablemente no (2), Definitivamente no (1). Y en el cual se aprecian los porcentajes obtenidos de acuerdo a la prueba estadística Coeficiente de Correlación de Pearson. Por último, se presenta su correspondiente interpretación según los intervalos; Correlación positiva muy alta, Correlación positiva alta y Correlación positiva moderada. Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos durante la investigación cuantitativa.

Resultados cualitativos: La primera parte que se presenta son 8 preguntas descriptivas relacionadas con el fenómeno de migración, la segunda parte corresponde a 5 preguntas nominales cerradas con relación a la

preferencia gastronómica poblana por parte de los migrantes Poblanos en los Ángeles, Ca. A continuación se presentan los resultados obtenidos de la primera parte en la Tabla 4 y la segunda parte en la Tabla 5.

Tabla 4: Variables

De acuerdo a los 390 migrantes poblanos encuestados en Los Ángeles, Ca., el 41.03% provienen de la Sierra Negra (160), el 30.77% de la Sierra Norte (120), el 20.51% de la Mixteca Poblana (80), el 5.13% de Atlixco (20) y el 2.56% de Cholula (10).

De acuerdo a los 390 migrantes poblanos encuestados en Los Ángeles, Ca., el 43.59% de los migrantes poblanos encuestados en Los Ángeles, Ca. (170), se encuentran dentro de un rango de 1 a 5 años viviendo en Estados Unidos; el 35.90% de los migrantes poblanos (140) en el rango de 6 a 12 años; y por último el 20.51% de migrantes poblanos (80) en el rango de 12 a 20 años.

De los 390 migrantes poblanos encuestados en los Ángeles Ca., el 98% de los migrantes Poblanos (382) no visitan a sus familias con frecuencia en su lugar de origen, mientras que el 2% de los migrantes poblanos (8) si lo hacen.

De los 390 migrantes poblanos encuestados en los Ángeles Ca., el 94% de los encuestados (367) migró solo, mientras que el 6% de los encuestados (23) migro con su familia.

De los 390 migrantes poblanos encuestados en los Ángeles Ca., el 43% de los Migrantes (168) llegaron a los Ángeles, Ca. Por recomendación, mientras que el 37% de los migrantes (222) no.

De los 390 migrantes poblanos encuestados en los Ángeles Ca., el 98% de los migrantes (382) no visitan su lugar de origen (Puebla), mientras que el 2% de los migrantes (18) si lo hace.

De los 390 migrantes poblanos encuestados en los Ángeles Ca., el 98% de los migrantes (382) salieron de su país de origen para mejorar su condición de vida, mientras que el 2 % de los migrantes (18) fue por otros motivos.

En la Tabla 4 se presenta el anexo de variables obtenidas por las encuestas aplicadas a los migrantes poblanos en los Ángeles, California. Las variables que se tomaron en cuenta fueron: lugar de origen, tiempo viviendo en Estados Unidos, cada cuanto visitan a su familia en su lugar de origen, cómo decidieron su destino al emigrar, con qué frecuencia visitan Puebla y porqué motivos emigraron de su lugar de origen a los Estados Unidos.

De acuerdo a las 5 preguntas nominales cerradas de opción múltiple que permitieron describir la preferencia de los platillos típicos más representativos de la comida poblana por parte de los migrantes poblanos radicados en Los Ángeles, California demostraron que se logró el objetivo general planteado. Se enumeran los resultados en la siguiente Tabla 5.

Tabla 5: Resultados Cualitativos

Pregunta 1. Del siguiente recuadro y según su punto de vista enumere del 1 al 8 el tipo de antojito más típico de la comida poblana. Siendo el 1 el más representativo y el 8 el menor.
Resultado: El 76% de los poblanos entrevistados (295), eligió las cemitas de mercado como el antojito más representativo de la comida poblana, el 10% de los entrevistados (40) eligió las chalupas y por último el 9% de los entrevistados (37), eligió las memelas.

Pregunta 2. Del siguiente recuadro y según su punto de vista enumere del 1 al 8 el tipo de sopa o caldo más típico de la comida poblana. Siendo el 1 el más representativo y el 8 el menor.
Resultado: El 51% de los poblanos entrevistados (198), eligió el arroz poblano como la sopa o caldo más representativo de la comida poblana, el 22% de los entrevistados (84) eligió la sopa de flor de calabaza y hongos al epazote, y por último el 15% de los entrevistados (59), eligió la sopa de rajitas y elote.

Pregunta 3. Del siguiente recuadro y según su punto de vista enumere del 1 al 8 el tipo de carnes y mariscos más típico de la comida poblana. Siendo el 1 el más representativo y el 8 el menor.
Resultado: El 49% de los poblanos entrevistados (190), eligió la tinga poblana de pollo como el tipo de carnes y mariscos más representativos de la comida poblana, el 19% de los entrevistados (75) eligió la cecina de la Sierra, y por último el 10% de los entrevistados (38), eligió el pescado al huitlacoche.

Pregunta 4. Del siguiente recuadro y según su punto de vista enumere del 1 al 8 el tipo de moles y chiles más típico de la comida poblana. Siendo el 1 el más representativo y el 8 el menor.
Resultado. El 61% de los poblanos entrevistados (238), eligió a los chiles en nogada como el tipo de moles y chiles más representativos de la comida poblana, el 29% de los entrevistados (114) eligió el mole poblano y por último el 5% de los entrevistados (19), eligió el mole de caderas.

Pregunta 5. Del siguiente recuadro y según su punto de vista enumere del 1 al 8 el tipo de dulces y postres más típico de la comida poblana. Siendo el 1 el más representativo y el 8 el menor.
Resultado. El 57% de los poblanos entrevistados (223), eligieron a los camotes de Santa Clara como el tipo de dulces y postres más representativos de la comida poblana, el 14% de los entrevistados (56) eligió el arroz con leche y manzana, y por último el 13% de los entrevistados (54), eligieron los borrachitos.

De acuerdo a la Tabla 5, se aprecian los resultados en porcentajes y en cantidades correspondientes a cinco preguntas nominales cerradas de opción múltiple que permitieron describir la preferencia de los platillos típicos más representativos de la comida poblana por parte de los migrantes poblanos radicados en Los Ángeles, California, a través de cinco categorías de alimentos; antojitos, sopas y caldos, carnes, aves y pescados, moles, chiles y pipianes y por último dulces, postres y bebidas. Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos durante la investigación cualitativa.

CONCLUSIONES

Finalmente, la investigación mixta realizada para el presente estudio permitió cuantitativamente comprobar la hipótesis planteada aportando evidencia a favor determinando que la gastronomía tradicional poblana si tiene una correlación (positiva muy alta y alta) en el consumo de nostalgia por parte de los migrantes poblanos radicados en los Ángeles, California. Así mismo, la investigación cualitativa logró el objetivo general describiendo la preferencia de los platillos típicos más representativos de la comida poblana por parte de los migrantes poblanos radicados en Los Ángeles, California, siendo los más preferidos; cemitas de mercado (antojito), arroz poblano (sopa o caldo), tinga poblana de pollo (carne), chile en nogada (mole o chile) y los camotes de Santa Clara (dulce o postre). Para futuras investigaciones se recomienda realizar este mismo estudio en las ciudades de Nueva York y New Jersey, debido a su alta concentración de migrantes poblanos. Así mismo realizar estudios mixtos de diferentes grupos de migrantes originarios de otros municipios de Puebla, con sus propios alimentos típicos en las ciudades de los Ángeles y Nueva York.

REFERENCIAS

- Acle, R., & Burguete, M. (2012). *Marketing Nostalgico*. México.D.F.: Nueva Imagen.
- Albo, A., & Ordaz Díaz, J. L. (Febrero de 2011). *La Migración Mexicana hacia los Estados*. BBVA Research, 15. Obtenido de http://www.agenciabk.com/emigracion_mexicana.pdf
- Back, k. (1977). *Food, sex and theory*. Fitzgerald. T.K.
- BBVAbancomer. (2014). *Fundacion BBVAbancomer*. Recuperado el 1 de Febrero de 2016, de https://www.fundacionbbvabancomer.org/imagenes/Docs/Anuario_Migracion_y_Remesas_2014.pdf
- Bejár, R., & Capello, H. (1987). *Crisis económica; carácter nacional e identidad nacional*. México: UNAM.
- Brillant, J. A. (2012). *Physiologie Du Gout*. París: TREA.
- Castles, S., & Miller, M. (2004). *La era de la migración: movimientos internacionales*. México: Porrúa.
- Celis, M. (2003). *Visión de la cocina mexicana a nivel internacional*. Hospitalidad.
- CEPAL. (2004). *Pequeñas empresas, productos étnicos y de nostalgia: oportunidades en el mercado internacional: los casos de El Salvador y México*. México: CEPAL.
- CONAPO. (Edición Especial de Numero 1 de 2013). *Boletin de Migración Internacional*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2015, de *Geografía e Intensidad Migratoria: México-Estados Unidos 2010*: <http://www.omi.gob.mx/work/models/OMI/Resource/806/1/images/BoletinNumEspecial2013MigracionInternacional.pdf>
- De Maria, A. (2011). *La Cocina del pueblo mexicano*. México: INAH.
- Favila, H., López, M., & Quintero, B. (2014). *La gastronomía tradicional del norte del Estado de México.El caso de Acambay*. Cuadernos INTERCULTURALES, 1(22).
- García, M. (2006). *Los nuevos escenarios de la migración: causas, condiciones ,consecuencias*. En *Migración2*. México: Heinrich Böll.

Hernández, E. (1980). *Perspectivas actuales de las relaciones entre México y Estados Unidos*. México: UNAM.

Ibarra Escobar, G. (2013). *Trabajar en tierras lejanas. Vidas mexicanas en Los Ángeles*. *Estudios Fronterizos*, 17(33), 5.

IME. (2013). *Estadísticas de Mexicanos en el exterior*. Recuperado el 10 de septiembre de 2015, de *Estadísticas de Mexicanos en Estados Unidos 2013*:
http://www.ime.gob.mx/matriculas2013/rep_mex/pue.html

Juárez, J. L. (2010). *Nacionalismo culinario. La cocina mexicana en el siglo xx*. *Desacatos*, 4.

Mintz, S. (2003). *Sabor a comida, sabor a libertad. Incursiones en la comida, la cultura y el pasado*. México: La reina roja.

Niembro, M., & Téllez, R. (2012). *Historia y mestizaje de México a través de su gastronomía*. *Revista virtual especializada en Gastronomía*(2), 30.

Padilla, C. (2004). *La cartografía cultural como significado y poder*. *Patrimonio Cultural y Turismo. Cartografía de recursos culturales de México*. México: CONACULTA.

Perú, P. (2015). *Informe Especializado en Productos Nostálgicos en Estados Unidos*. Recuperado el 01 de Febrero de 2016, de *Servicios al exportador*:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/16578434rad3BC81.pdf>

Pilcher, J. (2001). *¡Vivan los tamales! La comida y la construcción de la identidad*. México: Ediciones de la Reina Roja.

PROFECO. (2013). *Alimentos Mexicanos empaquetados, envasados y enlatados*. *Revista del Consumidor*, 12. Obtenido de <http://revistadelconsumidor.gob.mx/wp-content/uploads/2013/10/AlimentosMexicanosPDF.pdf>

Puebla, G. M. (2010). *Puebla, Cocina de los Ángeles*. Puebla: Ayuntamiento de Puebla.

Roldán, G. (2015). *Migración México-Estados Unidos: Paradoja liberal renovada del tlcan*. *Revista Problemas del Desarrollo*, 46(181), 117.

Sandoval, J. (2015). *Salud o bienestar: aprende a distinguir tus alimentos según su origen o naturaleza*. *Conexión de Hospitalidad y Gastronomía*(5), 44.

SIICEX. (2015). Recuperado el 2 de Febrero de 2016, de
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/16578434rad3BC81.pdf>

Strauss, L. (1977). *Antropología Estructural*. Argentina: EUDEBA.

Tamayo, J., & Fernandez, J. (1983). *Zonas Fronterizas*. México: CIDE.

Tuirán, R. (abril-junio de 2006). *La migración mexicana hacia Estados*. *Papeles de población*, 12(48), 9-31.

UNESCO. (2012). *Patrimonio Cultural Inmaterial*. Recuperado el 3 de enero de 2014, de
<http://www.unesco.org/culture>

United States Census Bureau. (2015). American Fact Finder. Recuperado el 17 de Septiembre de 2015, de Community Facts: <http://factfinder.census.gov/faces/nav/jsf/pages/index.xhtml?refresh=t>

Valenzuela , C. (2008). La migración México-Estados Unidos. *Norteamérica*, 3(2), 10.

Villafuerte, D. (Diciembre de 2006). Migración y desarrollo en la era de la globalización. *Bancomext*, 56(12), 13.

BIOGRAPHY

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

Sandra Yesica Herrera Guzmán, Jessica Yazmín Santos Díaz y Abigail Claudio Morales son estudiantes de la licenciatura de Administración Turística, adscrita a la Facultad de Administración en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Sus correos electrónicos son: sandra.herrera.guz@gmail.com, jessiqaa-15@hotmail.com, abyclaudio8@gmail.com

Norma Angélica Santiesteban López es Doctora en Ciencia en Alimentos por la Universidad de las Américas Puebla. Es profesora investigadora de tiempo completo en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, adscrita a la Facultad de Administración. Correo electrónico asantiesteban2@hotmail.com

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.
Cuahtemoc
Graciela Ayala Jiménez, Universidad Autónoma De
Querétaro
Albanelis Campos Coa, Universidad De Oriente
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
Benjamin Castillo Osorio, Universidad Pontificia
Bolívariana UPB-Seccional 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 Eduvigis 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 Martinez, Universidad Autónoma
De Coahuila
Hilario De Latorre Perez, Universidad Autonoma De Baja
California
Javier De León Ledesma, Universidad De Las Palmas De
Gran Canaria - Campus Universitario De Tafira
Hilario Díaz Guzmán, Universidad Popular Autónoma Del
Estado De Puebla
Cesar Amador Díaz Pelayo, Universidad De Guadalajara,
Centro Universitario Costa Sur
Avilés Elizabeth, Cicese
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 Gualdalajara
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
María Brenda González Herrera, Universidad Juárez Del
Estado De Durango
Ana Ma. Guillén Jiménez, Universidad Autónoma De Baja
California
Araceli Gutierrez, Universidad Autonoma De
Aguascalientes
Andreina Hernandez, Universidad Central De Venezuela
Arturo Hernández, Universidad Tecnológica
Centroamericana
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

Gloria Muñoz Del Real, Universidad Autonoma De Baja California
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
Rosa Martha Ortega Martínez, Universidad Juárez Del Estado De Durango
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
Hector Priego Huertas, Universidad De Colima
Juan Carlos Robledo Fernández, Universidad EAFIT-Medellin/Universidad Tecnológica De Bolivar-Cartagena
Natalia G. Romero Vivar, Universidad Estatal De Sonora
Humberto Rosso, Universidad Mayor De San Andres
José Gabriel Ruiz Andrade, Universidad Autónoma De Baja California-México
Antonio Salas, Universidad Autonoma De Chihuahua
Claudia Nora Salcido, 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
Jesus María Martín Terán Terán Gastélum, Centro De Estudios Superiores Del Estado De Sonora
Jesús María Martín 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 Autonoma Del Estado De Morelos
Lorena Vélez García, Universidad Autónoma De Baja California
Alejandro Villafañez Zamudio, Instituto Tecnológico de Matamoros
Hector Rosendo Villanueva Zamora, Universidad Mesoamericana
Oskar Villarreal Larrinaga, Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea
Delimiro Alberto Visbal Cadavid, Universidad del Magdalena
Rosalva Diamantina Vásquez Mireles, Universidad Autónoma de Coahuila
Oscar Bernardo Reyes Real, Universidad de Colima
Ma. Cruz Lozano Ramírez, Universidad Autónoma de Baja California
Oscar Javier Montiel Mendez, Universidad Autónoma De Ciudad Juárez
Daniel Paredes Zempual, Universidad Estatal de Sonora

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
Samar Baqer, Kuwait University College of Business Administration
Susan C. Baxter, Bethune-Cookman College
Nagib Bayoud, Tripoli University
Ahmet Bayraktar, Rutgers University
Kyle Brink, Western Michigan University
Giovanni Bronzetti, University of Calabria
Karel Bruna, University of Economics-Prague
Priyashni Chand, University of the South Pacific
Wan-Ju Chen, Diwan College of Management
Yahn-shir Chen, National Yunlin University of Science and Technology, Taiwan
Bea Chiang, The College of New Jersey
Te-kuang Chou, Southern Taiwan University
Shih Yung Chou, University of the Incarnate Word
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 Elgamel, Kuwait University
Ernesto Escobedo, Business Offices of Dr. Escobedo
Zaifeng Fan, University of Wisconsin whitewater
Perrine Ferauge University of Mons
Olga Ferraro, University of Calabria
William Francisco, Austin Peay State University

Peter Geczy, AIST
Lucia Gibilaro, University of Bergamo
Hongtao Guo, Salem State University
Danyelle Guyatt, University of Bath
Zulkifli Hasan, Islamic University College of Malaysia
Shahriar Hasan, Thompson Rivers University
Peng He, Investment Technology Group
Niall Hegarty, St. Johns University
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
Yu Junye, Louisiana State University
Tejendra N. Kalia, Worcester State College
Gary Keller, Eastern Oregon University
Ann Galligan Kelley, Providence College
Ann Kelley, Providence college
Ifraz Khan, University of the South Pacific
Halil Kiyamaz, Rollins College
Susan Kowalewski, DYouville College
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, Chung Yuan Christian University
Shulin Lin, Hsiuping University of Science and Technology
Yingchou Lin, Missouri Univ. of Science and Technology
Melissa Lotter, Tshwane University of Technology
Xin (Robert) Luo, Virginia State University
Andy Lynch, Southern New Hampshire University
Abeer Mahrous, Cairo university
Gladys Marquez-Navarro, Saint Louis University
Cheryl G. Max, IBM
Romilda Mazzotta, University of Calabria
Mary Beth Mccabe, National University
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
Dennis Olson, Thompson Rivers University
Godwin Onyeaso, Shorter University
Bilge Kagan Ozdemir, Anadolu University
Dawn H. Percy, Eastern Michigan University
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
Kathleen Reddick, College of St. Elizabeth
Maurizio Rija, University of Calabria.
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
I Putu Sugiarta Sanjaya, Atma Jaya Yogyakarta
University, Indonesia
Sunando Sengupta, Bowie State University
Brian W. Sloboda, University of Phoenix
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
Andree Swanson, Ashford University
James Tanoos, Saint Mary-of-the-Woods College
Jeannemarie Thorpe, Southern NH University
Ramona Orastean, Lucian Blaga University of Sibiu
Alejandro Torres Mussatto Senado de la Republica &
Universidad de Valparaíso
Jorge Torres-Zorrilla, Pontificia Universidad Católica del
Perú
William Trainor, East Tennessee State University
Md Hamid Uddin, University Of Sharjah
Ozge Uygur, Rowan University
K.W. VanVuren, The University of Tennessee – Martin
Vijay Vishwakarma, St. Francis Xavier University
Ya-fang Wang, Providence University
Richard Zhe Wang, Eastern Illinois 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
Fabiola Baltar, Universidad Nacional de Mar del Plata
Myrna Berrios, Modern Hairstyling Institute
Monica Clavel San Emeterio, University of La Rioja
Esther Enriquez, Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez
Carmen Galve-górriz, Universidad de Zaragoza
Blanca Rosa Garcia Rivera, Universidad Autónoma De
Baja California
Carlos Alberto González Camargo, Universidad Jorge
Tadeo Lozano
Hector Alfonso Gonzalez Guerra, Universidad Autonoma
De Coahuila
Claudia Soledad Herrera Oliva, Universidad Autónoma De
Baja California
Eduardo Macias-Negrete, Instituto Tecnológico De Ciudad
Juarez
Jesús Apolinar Martínez Puebla, Universidad Autónoma
De Tamaulipas
Francisco Jose May Hernandez, Universidad Del Caribe
Aurora Irma Maynez Guaderrama, Universidad Autonoma
De Ciudad Juarez
Linda Margarita Medina Herrera, Tecnológico De
Monterrey. Campus Ciudad De México
Erwin Eduardo Navarrete Andrade, Universidad Central
De Chile
Gloria Alicia Nieves Bernal, Universidad Autónoma Del
Estado De Baja California
Julian Pando, University Of The Basque Country
Eloisa Perez, Macewan University
Iñaki Perriñez, Universidad Del Pais Vasco (Spain)
Alma Ruth Rebolledo Mendoza, Universidad De Colima
Carmen Rios, Universidad del Este
Celsa G. Sánchez, CETYS Universidad
Adriana Patricia Soto Aguilar, Benemerita Universidad
Autonoma De Puebla
Amy Yeo, Tunku Abdul Rahman College
Vera Palea, University of Turin
Fabrizio Rossi, University of Cassino and Southern Lazio
Intiyas Utami , Satya Wacana Christian University
Ertambang Nahartyo, UGM
Julian Vulliez, University of Phoenix
Mario Jordi Maura, University of Puerto Rico
Surya Chelikani, Quinnipiac University
Firuza Madrakhimov, University of North America
Erica Okere, Beckfield College
Prince Ellis, Argosy University
Qianyun Huang, City University of New York-Queens
College
Daniel Boylan, Ball State University
Ioannis Makedos, University of Macedonia
Erica Okere, Education Management Corp.

COMO PUBLICAR EN NUESTRA REVISTA

TEMÁTICA

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

INSTRUCCIÓN PARA EL ENVIO DE SU MANUSCRITO

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

IDIOMA

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

PROCESO DE REVISIÓN

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

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

COSTO DE PUBLICACIÓN

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

SUBSCRIPCION

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

COMO CONTACTARNOS

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

WEBSITE

www.theIBFR.org, www,theIBFR.com

PUBLICATION OPPORTUNITIES

REVIEW of BUSINESS & FINANCE STUDIES

Review of Business & Finance Studies

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

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. The Journal is listed in Ulrich's Periodicals Directory. The Journal is distributed in print and through EBSCOHost, SSRN and RePEc.

Business Education & Accreditation

Business Education and Accreditation (BEA)

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

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. BEA is listed in Ulrich's Periodicals Directory. The Journal is distributed in print and through EBSCOHost, SSRN and RePEc.

Accounting & Taxation

Accounting and Taxation (AT)

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

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. AT is listed in Ulrich's Periodicals Directory. The Journal is distributed in print and through EBSCOHost, SSRN and RePEc.

REVISTA GLOBAL de NEGOCIOS

Revista Global de Negocios

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

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. RGN is distributed in print, through EBSCOHost, SSRN and RePEc.

RGN will be submitted to Ulrich's Periodicals Directory, colciencia, etc. The Journal is distributed in print and through EBSCOHost, SSRN and RePEc.
