



Revista Internacional **ADMINISTRACION & FINANZAS**

Volumen 6

Número 7

2013

CONTENIDO

Orientación al Valor del Cliente y el Desempeño Organizacional: Propuesta de un Modelo Explicativo	1
Leslier Valenzuela & Francisco Villegas	
Crisis Financieras de México: Un Estudio de Variables Monetarias (1990 – 2012)	27
Erika Olivas Valdez	
Las Capacidades de la Empresa para Personalizar su Producción y Reconfigurarse de Forma Interna: ¿Influencian su Desempeño Operativo y su Ventaja Competitiva Percibidos?	47
Aurora Irma Máynez-Guaderrama, Judith Cavazos-Arroyo, Vianey Torres-Arguelles & María Teresa Escobedo-Portillo	
Análisis de la Calidad de los Servicios Recibidos en las Instituciones de Educación Superior	67
Sonia Elizabeth Maldonado-Radillo, Ana Ma. Guillén Jiménez, Rafael Ernesto Carranza Prieto & María Concepción Ramírez Barón	
Calidad de la Atención en Salud en Hospitales Universitarios	81
José Alexander Carreño Dueñas	
Diagnóstico de la Industria de Jaiba a Partir de un Estudio de las Comercializadoras Ubicadas en la Región Costera de Bahía De Kino, Sonora	91
Luis Enrique Ibarra Morales, Erika Olivas Valdez & Emma Vanessa Casas Medina	
La Investigación Sobre Gestión del Talento Humano en la Industria Aeroespacial en México Desde una Perspectiva Metodológica	105
Cruz Elda Macías Terán, Robert Efraín Zárate Cornejo & Leonel Rosiles López	
Competitividad de las Microempresas en Cuenca Ecuador	121
Luis Tobar Pesántez	
Las Instituciones Microfinancieras en la Inclusión de las Regiones de Oaxaca	131
Rosa María Velázquez-Sánchez, Omar Raúl Solana Vásquez & Arcely Galán López	

Revista Internacional Administración & Finanzas

Editores

Managing Editor
Mercedes Jalbert

Academic Editor
Terrance Jalbert

Editorial Advisory Board

Francisco Arturo Bribiescas Silva
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Jorge Del Rio Cortina
Fundación Univ. Tecnológico Comfenalco
Carlos Fong Reynoso
Universidad de Guadalajara
Jorge Hernandez
Universidad Nacional Autonoma de Mexico
Carmen Patricia Jiménez Terrazas
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Grettel Keane
Grettel Keane Consulting
Virginia López
Universidad Autónoma de Baja California
Victor Manuel Molina Morejon
Universidad Autónoma de Coahuila
Rubén Molina Martínez
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Juan Nicolas Montoya Monsalve
Universidad Nacional de Colombia-Sede Manizales
Bernardo Quintanilla
Universidad Autónoma del Carmen
Ignacio Ruiz Guerra
Universidad de Castillas-La Mancha
Eduardo E. Sandoval
Universidad de Concepción
Jose Antonio Tello Avila
Universidad de Talca
Omar Terán V.
Centro Universitario UAEM Amecameca
Gianfranco Vento
Regent's College
Oskar Villarreal Larrinaga
Universidad del País Vasco
Erico Wulf
Universidad de la Serena

El Instituto IBFR publica seis revistas académicas en inglés y una revista en español - Revista Internacional Administración & Finanzas (RIAF), ISSN 1933-608X (impreso) ISSN 2157-3182 (online). RIAF publica manuscritos de alta calidad en todas las áreas de las ciencias administrativas, económicas y contables. RIAF acepta manuscritos teóricos, empíricos, exploratorios y descriptivos en administración, finanzas, gerencia, mercadeo, contaduría, economía, administración pública y disciplinas afines. Los trabajos de investigación pueden ser globales o específicos (país o región), pueden ser académicos o aplicados. RIAF se publica siete veces al año por el *Institute for Business and Finance Research*. Todos los manuscritos sometidos a RIAF son sujetos a una revisión doble arbitrada (*double-blind review process*).

Los puntos de vista, argumentos y datos presentados en esta revista son la opinión de los autores respectivos. Los puntos de vista y argumentos publicados en RIAF no reflejan o representan la opinión de los Editores, Editorial Advisory Board, "Ad-Hoc" Reviewers/Arbitros o personal del *Institute for Business and Finance Research*. El Instituto revisa activamente y exhaustivamente los manuscritos sometidos a RIAF. Sin embargo, el Instituto no garantiza la veracidad o precisión de la información presentada por los autores del manuscrito.

RIAF se distribuye en forma impresa y a través de EBSCOHost, ProQuest ABI/Inform and SSRN. RIAF esta indexada en The American Economic Association's *Econlit*, *e-JEL* and *JEL* on CD, Colciencia y Ulrich's Periodicals Directory.

Esta revista representa el trabajo colectivo de muchos contribuyentes. Los Editores desean agradecer la contribución del Editorial Advisory Board, los "Ad-Hoc" Reviewers o árbitros e individuos que sometieron sus trabajos de investigación para posible publicación en RIAF.

All Rights Reserved. The Institute for Business and Finance Research, LLC

ISSN 1933-608X (print) and ISSN 2157-3182 (online)



ORIENTACIÓN AL VALOR DEL CLIENTE Y EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL: PROPUESTA DE UN MODELO EXPLICATIVO

Leslier Valenzuela, Universidad de Chile

Francisco Villegas, Universidad de Chile

RESUMEN

Hoy en día tener una gestión orientada al mercado para que los negocios triunfen es fundamental. Esto porque los negocios están inmerso en un entorno globalizado y altamente competitivo. Muchas empresas monitorean el mercado (clientes, prospectos, competencia, proveedores, etc.) local y globalmente, para obtener y analizar información y, generar conocimiento para una proactiva y viable respuesta con soluciones creativas. El objetivo es rentabilizar y fidelizar las relaciones con sus grupos de interés, especialmente, con sus clientes. Esta investigación contribuye con el diseño de un modelo conformado de una serie de constructos confiables y validados en estudios previos (Orientación al Valor del Cliente (OVC), Cultura Organizacional Orientada al Mercado (COOM), Valor de Marca (VM) y Ética Empresarial (EE)) para explicar cómo podrían influir sobre el desempeño organizacional (DO). Las hipótesis han sido testeadas con las respuestas de 327 ejecutivos de mandos medio y alto en distintos sectores empresariales en Chile. Los análisis exploratorios validan los constructos y los análisis confirmatorios señalan que las variables y sub-modelos son significativos. El estudio reveló que estas variables influirían en el desempeño organizacional.

PALABRAS CLAVE: Orientación al Mercado, Orientación al Valor del Cliente, Valor de Marca, Ética Empresarial y Desempeño Organizacional

CUSTOMER VALUE ORIENTATION AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE: AN EXPLANATORY MODEL PROPOSAL

ABSTRACT

Having market-oriented management for the success of businesses is essential. Businesses are immersed in a globalized and highly competitive environment. Many companies are leading the market (customers, prospects, competitors, suppliers, etc) locally and globally, to obtain and analyze information and to generate knowledge to respond with creative solutions. The objective is to capitalize and retain relationships with its interested groups, especially customers. This research designs a model consisting of a series of reliable constructs validated in previous studies (Customer Value Orientation (CVO), Market-Oriented Organizational Culture (MOOC) Brand Value (BV) and Business Ethics (BE) to explain how they could influence organizational performance (OP). The hypotheses were tested with the responses of 327 executives with medium and high positions in different business sectors in Chile. Exploratory analyzes validates the constructs and confirmatory analyzes indicate that the variables and sub-models are significant. The study revealed that these variables would influence the organizational performance.

JEL: M310

KEYWORDS: Market Orientation, Customer Value Orientation, Brand Equity, Business Ethics and Organizational Performance

INTRODUCCIÓN

Existen estudios que señalan que una mejor comprensión del cliente provoca cambios positivos en la gestión del portafolio (Mulhern, 1999; Niraj, Gupta, y Narasimhan, 2001; Reinartz y Kumar, 2005) y en los resultados de ventas (Brown, Mowen, Donavan, y Licata., 2002; Jaramillo y Grisaffe, 2009). Y para detectar nuevas oportunidades de mercado es fundamental el establecimiento de relaciones de cooperación con diferentes agentes clave del entorno (Leenders y Wierenga, 2002; Deeds y Rothaermel, 2003), es decir, un enfoque de gestión con visión de equipo que busca co-generar valor entre todos los grupos de interés o *stakeholders*. Por consiguiente, el cambio de paradigma por parte del equipo comercial implica enfocar su estrategia, gestión y esfuerzos de ventas a los segmentos o perfiles de clientes con mayor potencial de rentabilidad para el negocio.

Bajo esta perspectiva, esta investigación aporta con la respuesta a los siguientes objetivos: En primer lugar, identificar cómo la experiencia de la fuerza de ventas, el nivel de capacitación y la satisfacción laboral, con algunos de sus antecedentes tales como: involucramiento en el trabajo, ambigüedad de rol y políticas de incentivos, podrían influir en el grado de orientación al valor del cliente por parte de los vendedores. Y en segundo lugar, identificar cómo la orientación al valor del cliente por parte de la fuerza de venta, la cultura organizacional orientada al mercado, el valor de la marca y la ética empresarial podría influir en el desempeño organizacional. Además este estudio contribuye con la propuesta de un modelo constituido por una serie de constructos fiables y provee evidencia empírica, desde una investigación aplicada a 327 ejecutivos de jefatura media-alta y alta de distintas empresas en Chile que gestionan sus negocios a escala global. Mayoritariamente, las empresas pertenecen al sector servicios, el cual tiene un alto impacto en el desarrollo económico y social de los países.

El resto de esta investigación se presenta organizada como se describe a continuación. En la sección de revisión de literatura se presentan aportes relevantes a la gestión de marketing y ventas, así como también consideraciones conceptuales de las variables que se emplean en el modelo propuesto. En la sección de metodología se presentan las relaciones del modelo propuesto, se exhibe las características de la muestra seleccionada y las hipótesis del estudio. En la sección resultados se muestran los principales estadísticos del Análisis Factorial Exploratorio (AFE) y del Análisis Factorial Confirmatorio (AFC), para finalmente en la sección conclusiones y recomendación señalar las implicancias que genera este estudio y su influencia a nivel organizacional.

REVISIÓN LITERARIA

La gestión en marketing y ventas es clave para desarrollar ventajas competitivas y mejorar los resultados organizacionales, ya que la principal fuente de generación de ingresos proviene de la cartera de clientes. Sin embargo, existen estudios que demuestran que la proporción de los clientes rentables es mucho menor que la proporción de clientes no rentables o con menor potencial de rentabilidad. Por ejemplo Rust, Lemon y Zeithaml (2004) muestran que sólo el 11,6% de los clientes de American Airlines producen aproximadamente el 50% de sus ingresos provenientes de toda su cartera de clientes. Li, Sol y Wilcox (2005) construyeron un modelo de venta cruzada para 1.201 clientes del banco y demostraron que el 10% de los clientes seleccionados por su modelo fueron responsables de casi el 50% de las compras. En otras palabras, un gran número de clientes destruyen valor y por tanto, la selección de clientes y la gestión de las relaciones a largo plazo es un tema estratégico clave (Gupta y Zeithaml, 2006).

Hansen, Singh, Weilbaker y Guesalaga (2011) plantean un modelo que considera aspectos cognitivos y conductuales de la fuerza de ventas con el cual demuestran que estos aspectos son importantes para mejorar la gestión de las relaciones con clientes, pero que aún queda mucho por desarrollar en aspectos más técnicos. Por otra, otros estudios avalan que la orientación al mercado (OM) y al valor del cliente (OVC) ayuda a las empresas a alcanzar un crecimiento de sus ventas sustentable en el tiempo (Saxe y

Weitz, 1982; Deshpande Farley y Webster, 1993; Kumar, 2005; Macintosh, 2007; Kirca, Jayachandran y Bearden, 2005; Jaramillo y Grisaffe, 2009). Esto puede atribuirse a que estas empresas establecen políticas y prácticas que permitan descubrir las necesidades y anticiparse a los requerimientos de sus clientes, y además, los asesoran en las decisiones de compra para que perciban mayor valor en el intercambio. El valor (definido como “*la evaluación global del consumidor sobre la utilidad de un producto, basado en las percepciones de lo que se ha recibido y lo que se ha dado*” (Zeithaml, 1988)) es un antecedente importante para la satisfacción, la repetición de las compras, y las referencias positivas del boca a oído (Palmatier, Scheer, Houston, Evans, y Gopalakrishna., 2007). Asimismo, los clientes perciben mayor valor cuando los beneficios recibidos por el intercambio exceden su costo. Por ejemplo una mejor percepción de la relación calidad-precio podría ayudar a que los clientes permanezcan leales.

Por lo tanto, las empresas deberían dirigir sus esfuerzos de marketing y ventas a incrementar la percepción de valor de sus productos, servicios y marca, puesto que es crucial para la sobrevivencia y crecimiento de sus negocios. Una experiencia positiva, a lo largo de la relación cliente-empresa, posiblemente ayuda a aumentar el valor del tiempo de vida de los clientes (*Customer Lifetime Value, CLV*) (Valenzuela y Torres, 2008; Kumar, Venkatesan y Reinartz, 2008; Rust, Lemon y Zeithaml, 2004). Acorde a Gupta y Lehman (2003) el CLV es “*el valor presente de todos los futuros beneficios generados desde los clientes*”, y por tanto, esta métrica permite identificar a los clientes rentables y distribuir los recursos acorde al valor que dichos clientes aportan al negocio (Kumar, Lemon y Parasuraman, 2006). El CLV es una herramienta útil para los gerentes de marketing y ventas, quienes se ven obligados a demostrar que sus acciones aumentan la tasa de retención de clientes rentables, los flujos de ingresos generados desde los mismos, y que esa rentabilidad será sostenible en el largo plazo.

Existen estudios que señalan que una mejor comprensión del cliente provoca cambios positivos en la gestión del portfolio (Mulhern, 1999; Niraj, Gupta., y Narasimhan, 2001; Reinartz y Kumar, 2005) y en los resultados de ventas (Brown, Mowen, Donovan, y Licata., 2002; Jaramillo y Grisaffe, 2009). Y para detectar nuevas oportunidades de mercado es fundamental el establecimiento de relaciones de cooperación con diferentes agentes clave del entorno (Leenders y Wierenga, 2002; Deeds y Rothaermel, 2003), es decir, un enfoque de gestión con visión de equipo que busca co-generar valor entre todos los grupos de interés o *stakeholders*. Por consiguiente, el cambio de paradigma por parte del equipo comercial implica enfocar su estrategia, gestión y esfuerzos de ventas a los segmentos o perfiles de clientes con mayor potencial de rentabilidad para el negocio. Para hacer posible la creación de valor de forma continua es fundamental comprender profundamente el público objetivo (Kohli y Jaworski, 1990; Narver y Slater, 1990). Acorde al estudio cuantitativo de Storbacka, Polska y Sääksjärvi (2011) la necesidad de contribuir con un modelo de ventas que incorpore la selección de los segmentos apropiados, definición de procesos, roles de ventas, y prácticas relacionadas con la gestión comercial es crucial como herramienta para mantener relaciones de largo plazo, crear valor y mejorar los rendimientos.

Williams y Wiener (1990) señalan que cualquier fuerza que impulse al vendedor a dar énfasis en las ganancias de corto plazo influirá de forma negativa en las ventas de largo plazo como resultado del bajo nivel de orientación al cliente. Basado en Miralles (2002) el grado de orientación que tiene la empresa hacia su cliente se puede medir a través de cuatro dimensiones: 1- Perfil Estratégico Socio-Cultural (*Grado en que la estrategia desarrollada por la empresa se relaciona con sus clientes*), 2- La Adecuación de la Fuerza de Ventas (*Nivel de adaptación y proposición del equipo comercial para innovar en soluciones entregadas a los clientes*), 3- Gestión de los Clientes y Prospectos (*Grado en que la fuerza de ventas gestiona eficientemente los recursos de que dispone la empresa para lograr una adecuada interacción con el cliente*) y 4- Gestión de Flujos de la Información de Clientes (*Capacidad que tiene la fuerza de ventas para recoger, almacenar y distribuir información*).

Para incrementar las ventas es fundamental contar con un equipo que acompañe al cliente, lo asesore, escuche sus inquietudes, formule soluciones y busque alternativas para obtener beneficios (Hernández,

2009). De acuerdo a la investigación por la Consultora de Negocio (Miralles, 2002) la OVC por parte de la fuerza de venta requiere: 1. Comprender el negocio, los clientes, sus tendencias e implicancias con el mercado. 2. Generar una buena relación con el cliente. 3. Mantener la buena relación 4. Diferenciarse de la competencia, es decir, cómo la Fuerza de Ventas maximiza sus ventajas competitivas colocando en desventaja a sus competidores. 5. Optimizar los recursos para lograr una adecuada interacción con el cliente. En definitiva, obtener ingresos de ventas que impacten los resultados organizacionales es factible si los esfuerzos apuntan a establecer relaciones rentables y fieles con los clientes.

METODOLOGIA

La metodología de investigación utilizada para el contraste de hipótesis es de carácter cuantitativo con la finalidad de encontrar ciertas regularidades empíricas que den soporte a nuestro modelo e hipótesis propuestas. El procedimiento de muestreo es no probabilístico por juicio o criterio del investigador. El método de recolección de datos es a través de una encuesta auto-administrada presencial de diseño transversal simple durante el período de Noviembre y Diciembre de 2011. La escala usada es tipo Likert de 7 puntos, donde 1= Totalmente en desacuerdo y 7= Totalmente de acuerdo.

Modelo

Para esta investigación es propuesto el siguiente modelo explicativo que se presenta en la figura 1, en el que se destaca el rol fundamental del equipo comercial y de la cultura organizacional para gestionar las relaciones con clientes en función del valor y la creación de un buen servicio, así como el valor de la marca y el nivel ético empresarial, que en su conjunto llevarían a un mejor desempeño organizacional.

Muestra

El cuestionario para contrastar las hipótesis de investigación fue aplicado a 327 empleados que ocupan cargos de jefatura media-alta y alta en empresas de Chile (principalmente sector servicios: financieros, *retail* y consultorías) del área comercial. Los encuestados son en su mayoría hombres (79%) con un rango de edad entre 25-34 años (34,6%) y 35-44 años (48,9%). EL 98% posee nivel de educación universitaria completa y llevan 5 años o más (50%) en sus cargos. El canal usado para aplicar el cuestionario fue mayoritariamente online (262= 80%) y vía presencial (65= 20%).

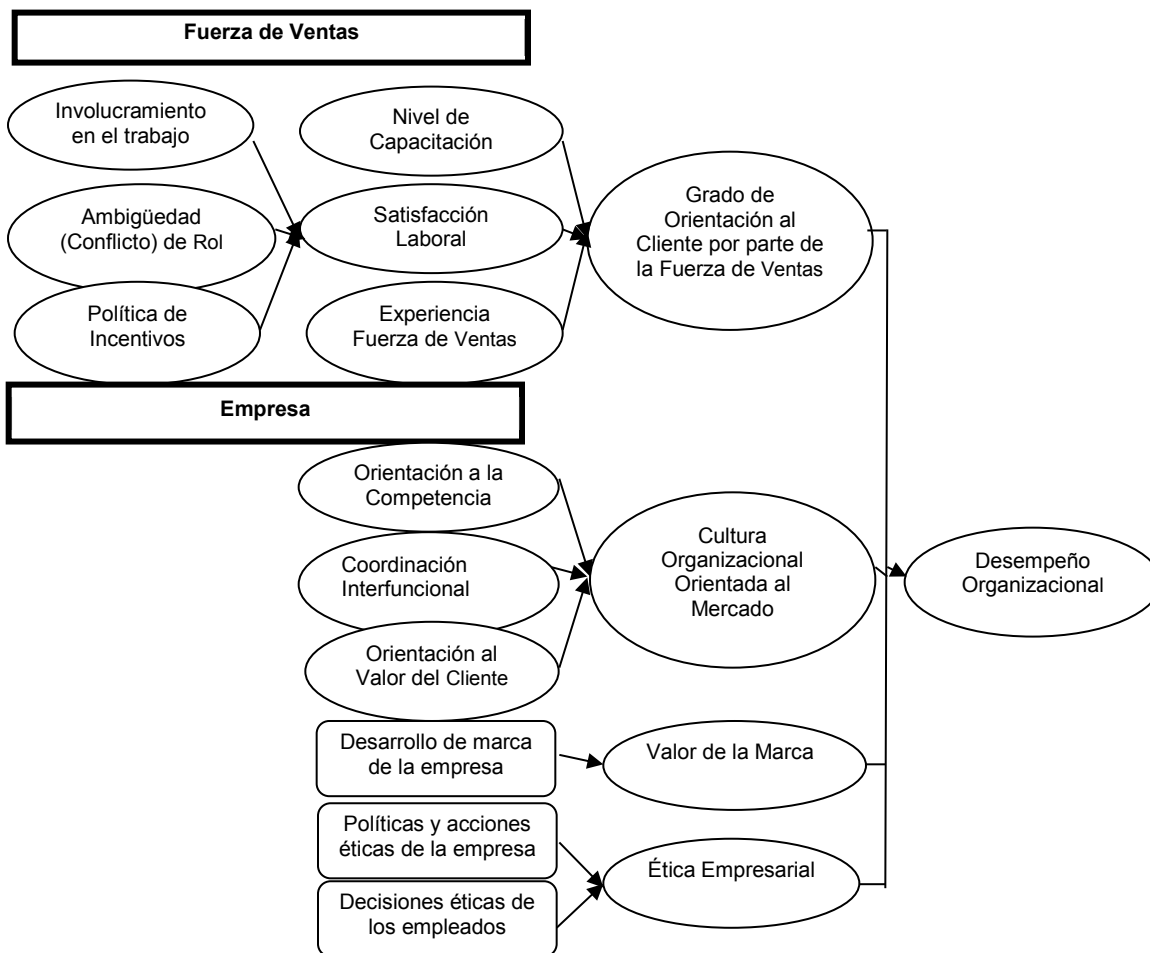
Hipótesis

De las relaciones propuestas en el modelo se derivan las hipótesis del estudio.

H1: El grado de Orientación al Valor del Cliente por parte de la Fuerza de Ventas (OVCFV) influye significativamente en los Desempeño Organizacional (DO).

De acuerdo a la evidencia teórica y práctica de la literatura el grado de OVC por parte del equipo comercial depende de: a) *Satisfacción laboral favorable*, comprendida como "una función de la relación percibida entre lo que uno quiere de un trabajo y lo que se percibe es ofrecido" (Stanton, Buskirk y Spiro, 1997) y por tanto, involucra todas las características propias del trabajo y su ambiente, el cual los vendedores pueden encontrar gratificante y satisfactorio. En la medida que el grado de satisfacción sea mayor, el compromiso con la organización y con el cliente será mayor (Ugboro y Obeng, 2004), b) *Nivel de Capacitación*, existe evidencia empírica que demuestra que es un factor relevante y que influye en el grado de orientación al valor del cliente (Harris, Mowen y Brown, 2005) y c) *Experiencia de la Fuerza de Ventas*, ya que la mayor experiencia en ventas, aumentaría el grado de OVC (Frank y Park, 2006).

Figura 1: Modelo Explicativo



En la figura 1 se observa el modelo planteado con sus relaciones respectivas en donde destaca la interrelación entre las variables como también la multidimensionalidad bajo la cual se están midiendo el desempeño organizacionales, considerándose aspectos como: que tan orientada al cliente se encuentra la fuerza de ventas, la orientación al mercado, la importancia de la marca y el concepto de ética empresarial. Fuente: Elaboración propia

De esta manera se deducen las siguientes hipótesis del estudio:

H1.1: El nivel de Satisfacción Laboral (SL) influye significativamente en el grado de Orientación al Valor del Cliente por parte de la Fuerza de Ventas (OVCFV)

El grado de SL podría depender a su vez del involucramiento o grado en que los individuos se identifican psicológicamente con su trabajo (Lawler y Hall, 1970; Darden, Mckee y Hampton, 1993; Kanungo, 1982). Ruh, Kenneth, Wood (1975) determinan que el involucramiento con el trabajo se encuentra afectado por las diferencias individuales y las características de la situación laboral. En este sentido, Rabinowitz y Hall (1977) proponen un modelo donde el involucramiento en el trabajo se compone de un enfoque disposicional (actitud del empleado hacia su trabajo), un enfoque situacional (entorno laboral) y un enfoque que es el resultado de la interacción disposicional y situacional (efecto en el empleo).

Para esta investigación el énfasis en el involucramiento en el trabajo (IT) está puesto en la disposición que el empleado posea, como un factor determinante en la calidad de servicio entregado al cliente y la buena gestión de ventas. Basado en diferentes estudios se puede observar la relación significativa entre el

involucramiento que tenga una persona con su trabajo y el esfuerzo para alcanzar sus objetivos laborales y desafíos de la compañía (Brown, 1998), el ausentismo (Wegge, Schmidt, Parkes y Van Dick, 2007), el grado de aburrimiento, participación y satisfacción laboral (Behruz, Ghader y Hasan, 2011) y la orientación al valor del cliente que posea la organización (Durson y Kilic (2011)). La evidencia presentada sobre las relaciones que tiene el involucramiento laboral, permiten formular la siguiente hipótesis:

H1.1.a: El Involucramiento en el Trabajo (IT) influye significativamente en el nivel de Satisfacción Laboral (SL) de la fuerza de ventas.

Según Breugh y Colihan (1994) la ACR posee tres aspectos clave: los métodos de trabajo, la programación y los criterios de desempeño que afectan a la satisfacción laboral. En este sentido, las causas de la percepción de ACR provienen de diferentes orígenes y por ende, las formas de superarlo también son distintas (Keller, 1975). Así lo demuestran un sinnúmero de investigaciones que relacionan la ACR con la satisfacción (Cooke y Rouseau, 1984; Singh, 1998;), participación, rendimiento, tensión e intenciones de abandono laboral (Singh, 1998), esfuerzo del vendedor (Brown y Peterson, 1993), como componente del stress del cargo y que afecta a la satisfacción laboral (Usahawanitchakit, 2008) e influyendo de manera significativa y directa sobre la orientación al cliente con negativas consecuencias en el desempeño de la organización (Durson y Kilic, 2011). Como consecuencia de estos estudios previos se formula la siguiente hipótesis.

H1.1.b: La Ambigüedad (Conflicto) de Rol (ACR), influye significativamente en el nivel de Satisfacción Laboral (SL) de la fuerza de ventas (Esta variable fue preguntada en el cuestionario bajo la perspectiva de que la ausencia de Ambigüedad (Conflicto) de Rol permite un mejor desarrollo laboral y mejor desempeño en la empresa.)

Con relación a los incentivos para la fuerza de venta dependen del tipo de organización. La estructura de beneficios que entregue la empresa a sus trabajadores define su posición competitiva en la industria (Fay, Knight y Thompson, 2001). Las formas más frecuentes de incentivo son: comisiones, bonificaciones, beneficios y los incentivos no monetarios. (Viejo, 2001). La existencia de estos métodos en una empresa es importante para los trabajadores en la medida que ellos sientan que sus aportes a la organización les permite afrontar cargas económicas, establecer su nivel de vida y alcanzar metas relativas al status social y laboral. (Martocchio, 1998). Para contar con un sistema de incentivos efectivo es crucial que las organizaciones conozcan sus propias características, preferencias y comportamientos de compra de sus clientes y los cambios relevantes en su entorno (Rajagopalan, 1997; Gerhart y Milkovich, 1992).

La literatura muestra un sinnúmero de estudios que relacionan las PI con el desempeño (Chang y Chen, 2002; King-Kauanui y Ashley-Cotleur, 2006), con una baja rotación de personal y un aumento en la productividad de ventas (Huselid, 1995), con mejores actitudes y comportamientos de los empleados (Milkovich y Newman, 1996), con el cambio positivo de comportamiento de los vendedores aun en momentos críticos de las empresas (Murphy, 2004). Y que las PI deben combinarse entre incentivos monetarios y no monetarios para afectar la motivación intrínseca (Chang y Chen 2002; King-Kauanui y Ashley-Cotleur, 2006; Carlson, Upton y Reaman, 2006), que representan a veces una inversión más grande que los montos destinados a publicidad (Zoltners, Lorimer y Prabhakant, 2006) y generalmente, son mayores en aquellos agentes adversos al riesgo (Lo, Ghosh y LaFontaine, 2011). Por consiguiente, la PI se convierte en un factor clave en la gestión de venta, dado que es el *output* que recibe el vendedor por su desempeño y por ende, afecta su productividad. Así se plantea la siguiente hipótesis:

H1.1.c: La Política de Incentivos (PI), influye significativamente en el nivel de Satisfacción Laboral (SL) percibida por la fuerza de ventas.

La segunda variable para medir el OVCFV es la Experiencia de la Fuerza de Ventas, referida como la trayectoria que el individuo tiene realizando tareas en el área de gestión de ventas. Investigaciones de Venakatachalam y Reddy (1996) indican que la antigüedad o permanencia en un empleo no tiene efecto sobre la Satisfacción Laboral, pero demuestran un impacto significativo sobre la participación y disposición que se tiene en el trabajo. Skirbekk (2003) señala que el impacto de la Experiencia Laboral es directo sobre el potencial de productividad. Así surge la siguiente hipótesis de la investigación:

H1.2: La Experiencia de la Fuerza de Ventas (EFV) influye significativamente en el grado de Orientación al Valor del Cliente por parte de la Fuerza de Ventas (OVCFV).

Por último está la capacitación como variable relevante en el grado de OVCFV, ya que estudios realizados en diferentes partes del mundo como: Asia (Boselie et al., 2001); Estados Unidos, Europa (Hoque, 1999) y África (Ghebrejorgis y Karsten 2007), demuestran el impacto positivo de aquellas empresas que incorporan la capacitación como parte de las políticas de la compañía versus otras que no. Basada en la evidencia presentada, surge la siguiente hipótesis de la investigación:

H1.3: El Nivel de Capacitación (NC) influye significativamente en el grado de Orientación al Valor del Cliente por parte de la Fuerza de Ventas (OVCFV).

El siguiente constructo del modelo es la Cultura Organizacional Orientada al Mercado (COOM) comprendida como un conjunto de valores y actitudes compartidos en toda la organización, a partir de los cuales se trata de estimular la creación de un valor superior para los clientes (Day, 1994; Greenley, 1995; Narver y Slater, 1994). Según Narver y Slater (1995). Santos, Vásquez y Álvarez (2002) agregan que la orientación al mercado promueve la comprensión y gestión de información sobre los clientes, competidores y fuerzas del entorno, para un manejo integral por parte de la organización, que también, permite la creación y mantención de una oferta generadora de valor.

La importancia de la inserción de esta variable en el modelo es entregada por diferentes autores que indican beneficios como: preferencia del cliente y fuerte lealtad a la marca (Reichheld y Sasser, 1990); beneficios de largo plazo (Narver y Slater, 1995); capacidad de creación de un valor superior para el cliente que aumenta la preferencia (Webster, 1992), conseguir niveles deseados de crecimiento y participación de mercado (Homburg y Pflesser, 2000), generación de inteligencia de mercado (Kohli y Jaworski, 1990), una gestión basada en relaciones estables y duraderas con los agentes con los que interactúa (Webster, 1992) y por lo tanto, representa el recurso más importante para obtener una ventaja competitiva sostenible (Kumar, Subramanian y Yauger, 1998). Acorde a Kumar, et al. (2011) el impacto de la COOM sobre los Desempeño Organizacional (DO) (ventas, rentabilidad) dependerá del grado de orientación al cliente, competencia y coordinación interfuncional (Narver y Slater, 1995), del momento de la adopción de esta filosofía de gestión orientada al mercado (adopción temprana, intermedia o tardía) y de los factores del ambiente (intensidad de la competencia, turbulencia tecnológica, tipo de industria y factores de la compañía). De estos fundamentos teóricos se deriva la siguiente hipótesis y sub-hipótesis del estudio:

H2: La Cultura Organizacional Orientada al Mercado (COOM) que posea la empresa influye significativamente en el Desempeño Organizacional (DO).

H2.a: A mayor nivel de Orientación a la Competencia (OC) que posea la empresa, mayor será el nivel de Cultura Organizacional orientada al Mercado (COOM).

H2.b: A mayor nivel de Coordinación Interfuncional (CI) que posea la empresa, mayor será el nivel de Cultura Organizacional orientada al Mercado (COOM).

H2.c: A mayor nivel de Orientación al Valor del Cliente (OVC) que posea la compañía, mayor será el nivel de Cultura Organizacional orientada al Mercado (COOM).

Relacionado al Valor de Marca (VM) definida como “*el conjunto de asociaciones y comportamientos de los consumidores, miembros del canal y empresas relacionadas que permiten a la marca ganar mayor volumen y mayores márgenes a los que obtendría sin el nombre, otorgándole una fuerte, sostenible y diferenciada ventaja sobre sus competidores*” (Marketing Science Institute, 2000). Keller (2008) establece el valor capital de marca basado en el cliente, como el efecto diferencial que el conocimiento de la marca genera en la respuesta del cliente hacia el marketing. Desde la perspectiva del consumidor, la importancia de la marca en la gestión de ventas se centra en su influencia en la actitud de éste en la situación de compra. Las marcas pueden funcionar como indicador de atributos de búsqueda, de uso y de calidad, y como propiciador de lealtad (Nadelsticher, 1997).

Según Olavarrieta (2002) para ser valoradas las marcas es crucial que despierten en los clientes el deseo de tenerlas y cuando hacen menos posible a los consumidores probar alternativas; éstas generan un sentido de lealtad. Además, agrega que una predisposición psicológica positiva hacia la marca deberá trasladarse en una compra reiterada o repetitiva del producto o servicio que ofrece la parte vendedora. Asimismo, Escobar (2000) señala que la marca informa a los compradores que existe un respaldo, un responsable por la reputación de ésta y por el cumplimiento de las promesas que hace, a quien puede consultar ante dudas respecto al desempeño del producto o servicio. Esto permite reducir la preocupación por las consecuencias de la decisión de comprar y la incertidumbre que tendrá al usar un producto (disminución de percepción de riesgo). Un estudio empírico realizado por Fuentes, Luque, Montoro y Cañadas (2004) muestra que existe una relación causal positiva y significativa entre el valor de las marcas y la lealtad de los consumidores, por lo que las empresas pueden realizar actividades que potencien su valor y generen una comunicación efectiva boca-oído de los consumidores leales. Además, los autores establecen una relación positiva, moderada y significativa entre el valor de las marcas y el precio atribuido, considerando que los consumidores pueden pagar un sobrepeso ante un alto valor de marca, pero con una influencia moderada, lo que refleja que los consumidores tienen en cuenta otros aspectos, aparte del precio, para realizar su compra. De lo anterior se deriva la siguiente hipótesis del estudio:

H3: El Valor de la Marca (VM) que posee la empresa, impacta significativamente en el Desempeño Organizacional (DO).

El siguiente constructo propuesto es Ética Empresarial (EE) comprendida como “*una reflexión sobre las prácticas de negocios en las que se implican las normas y valores de los individuo, de las empresas y de la sociedad*” (Guillén, 1996). Para Sullivan (2009) la EE es un intento por establecer una norma por la cual todos los empleados de una empresa pueden saber lo que se espera de ellos y que todos sus miembros tomen decisiones a partir de un conjunto de valores compartidos. Este concepto va más allá de la existencia de un código ético en la organización, ya que según Chonko y Hunt (2000) los códigos de ética, por sí solos, no son eficaces en la reducción de comportamientos no éticos. Sin embargo, parece que la existencia de códigos, cuando se combina con otras actividades, pueden tener un impacto sobre la ética de una organización. La importancia de la Ética radica en la necesidad de configurar una cierta moral convencional que genere identidad con relación a las prácticas y a los bienes que hay en juego en cada proyecto organizativo (Lozano, 1999). Los directores de ventas y los vendedores están expuestos a resolver dilemas éticos. Los primeros se exponen al contratar, fijar cuotas de ventas, valorar al personal y a otras tareas propias de su gestión. Los vendedores, por su parte, asumen la responsabilidad de la generación de ingresos para la empresa, hacen frente a problemas que exigen soluciones únicas y usualmente, su valoración, está sujeta a logros inmediatos, que pueden llevar a soluciones a corto plazo para los clientes, y que no siempre, provocan beneficios mutuos. En el modelo propuesto se pretende identificar la influencia de las acciones éticas de la empresa y de su equipo comercial en el desempeño organizacional. Para ello es formulada la siguiente hipótesis:

H4: *El nivel de Ética Empresarial (EE) que posea una determinada organización influye significativamente en el Desempeño Organizacional (DO).*

RESULTADOS

Para la obtención de resultados de la parte exploratoria, los criterios utilizados para examinar la unidimensionalidad, validez convergente y fiabilidad de los constructos fueron: Kayser-Meyer-Olkin mayor que 0,6, Eigenvalue mayor que 1, el Test de Esfericidad de Bartlett menor que 0,5, cargas factoriales mayores a 0,7, y Alha de Cronbach mayor que 0,7. Además la matriz de correlaciones señala que las relaciones entre las variables son positivas y significativas (excepto en el caso de experiencia en la fuerza de ventas (EFV)). Ver detalle en tabla 1 y 2 respectivamente.

Tabla 1: Unidimensionalidad, Validez y Fiabilidad de la Escala

Variables Latentes	Descripción del Ítem	Carga	Coefficient Cronbach	KMO	R	R2
INVOLUCRAMIENTO EN EL TRABAJO Basado en Montes y Correa, 1995; Robbins, 1998.	IT1: Los empleados realizan trabajos que se relacionan directamente con sus habilidades.	,786			0,67	0,45
	IT2: Los empleados asumen como propias las metas establecidas por la empresa.	,874	,848	,786	0,83	0,69
	IT3: Los empleados no dejarían su empleo dejando tareas pendientes.	,825			0,74	0,55
	IT4: Los empleados saben que su trabajo tiene influencia directa en los resultados de la compañía.	,834			0,77	0,59
AMBIGÜEDAD (CONFLICTO) DE ROL Churchill, 1976; Rizzo, House y Litzman, 1970; Davis y Newstrom, 1991.	ACR5: Los empleados conocen sus responsabilidades.	,838			0,64	0,62
	ACR6: Los empleados conocen sus tareas.	,880			0,79	0,76
	ACR7: Los empleados tienen objetivos claros.	,894	,767	,890	0,87	0,81
	ACR8: Los empleados tienen metas planificadas en sus puestos de trabajo.	,845			0,9	0,81
POLÍTICA DE INCENTIVOS Basado en Gerhart, Minkoff y Olsen, 1995	PI9: tiene una compensación monetaria adecuada en relación al trabajo realizado.	,796			0,71	0,5
	PI10: asciende primero a sus empleados antes de buscar en fuentes externas.	,746			0,67	0,45
	PI11: cuenta con beneficios monetarios para sus empleados, relacionados a su buen desempeño.	,841	,817	,858	0,82	0,67
	PI12: cuenta con beneficios no monetarios para sus empleados, relacionados a su buen desempeño.	,829			0,8	0,64
	PI13: entrega incentivos a sus empleados que colaboran en el aumento de los resultados organizacionales.	,866			0,86	0,74
	SL14: los empleados sienten que su trabajo ayuda en su desarrollo personal.	,813			0,82	0,67
SATISFACCIÓN LABORAL Basado en Jaramillo, Grisaffe, 2011.	SL15: los empleados contribuyen a la creación de un buen ambiente laboral.	,841			0,81	0,66
	SL16: los empleados se sienten respaldados por sus superiores.	,881	,907	,855	0,9	0,81
	SL17: los empleados se sienten respaldados por sus pares.	,852			0,82	0,67
	SL18: los empleados disfrutan trabajar en la empresa.	,844			0,87	0,76
	SL19: los empleados satisfechos tienen un mejor desempeño en sus puestos de trabajo.	,902			0,54	0,29
	SL20: los empleados motivados permiten mejores resultados organizacionales.	,915			0,51	0,26
NIVEL DE CAPACITACIÓN Basado en Asif M. , 2010	NC21: realiza capacitación antes de que un nuevo empleado ejerza su cargo.	,825			0,76	0,58
	NC22: realiza capacitación durante el tiempo que el empleado ejerce su cargo.	,909			0,91	0,83
	NC23: las capacitaciones entregan herramientas útiles para los empleados.	,895	,880	,842	0,88	0,77
	NC24: ofrece capacitaciones a los empleados de buen desempeño.	,806			0,73	0,53
	NC25: las capacitaciones permiten obtener mejores resultados organizacionales.	,685			0,61	0,37
EXPERIENCIA DE LA FUERZA DE VENTAS Basado en Robbins, 1998; Montes y Correa, 1995; Chan, Kin Yim, Lam., 2011.	EFV26: los empleados con mayor experiencia entregan un mejor servicio a los clientes que los empleados con poca experiencia.	,796			0,75	0,56
	EFV27: los empleados con mayor experiencia en el área de ventas ayudan a obtener mejores resultados organizacionales.	,856	,861	,803	0,9	0,81
	EFV28: los empleados con mayor experiencia en el área de ventas mantienen mejores relaciones con los clientes.	,900			0,79	0,62
		,815			0,71	0,5

Variables Latentes	Descripción del Ítem	Carga	Coefficient Cronbach	KMO	R	R2
GRADO DE ORIENTACIÓN AL CLIENTE POR PARTE DE LA FUERZA DE VENTAS Basado en Santos, Vásquez y Álvarez, 2002; Valenzuela, 2005; Reinartz, 2004	EFV29: los empleados con mayor experiencia en el área de ventas tienen mejor conocimiento del mercado.	,790			0,70	0,49
	GOCV30: cuenta con servicio de post-venta para atender a sus clientes.	,917	,854	,784	0,93	0,97
	GOCV31: se comunica frecuentemente con sus clientes.	,893			0,86	0,74
	GOCV32: se preocupa de generar relaciones de largo plazo con sus clientes.	,743			0,62	0,58
	GOCV33: alcanza sus propios objetivos cuando los clientes logran los suyos.	,699			0,58	0,33
	OC34: obtiene información de sus competidores	,848			0,78	0,61
	OC35: analiza su situación competitiva en la industria	,901			0,90	0,81
	OC36: actualiza la información de su competencia	,833			0,78	0,61
	OC37: analiza los cambios de las políticas de sus competidores.	,901			0,94	0,88
	CI38: existe flujo de información entre los departamentos	,909			0,94	0,88
CI39: existe comunicación constante entre los departamentos	,866	0,84			0,71	
COORDINACIÓN INTER-FUNCIONAL Basado en Kohli y Jaworski, 1990; Kohli, Jaworski y Kumar, 1993	CI40: existe comunicación constante en cada departamento	,749	,887	,833	0,62	0,38
	CI41: hay encuentros interdepartamentales periódicamente para discutir sobre las tendencias del mercado.	,753			0,63	0,4
	CI42: existe participación de los departamentos para tomar decisiones relevantes.	,818			0,76	0,57
	OCL43: permite que sus clientes hagan sugerencias respecto a los productos y/o servicios entregados.	,904			0,89	0,79
	OCL44: analiza sistemáticamente los atributos de producto o servicio que más valoran sus clientes.	,881			0,83	0,66
	OCL45: analiza constantemente la información que recopila sobre sus clientes (grado de satisfacción, preferencia, lealtad).	,833			0,76	0,58
	OCL46: recopila constantemente información respecto de los gustos de los consumidores.	,788			0,72	0,52
	COOM47: realiza reuniones periódicas para analizar los cambios de las políticas del mercado en que participa.	,820			0,76	0,58
	COOM48: realiza con frecuencia investigaciones para conocer las características del mercado en que participa.	,835			0,76	0,58
	COOM49: se preocupa por dar una rápida respuesta a las necesidades de mercado en que participa.	,700			0,58	0,34
CULTURA ORGANIZACIONAL ORIENTADA AL MERCADO Basado en Balakrishnan, 1996; Kohli, Jaworski y Kumar, 1993	COOM50: los productos que vende responden más a necesidades del mercado que a decisiones propias	,816			0,68	0,46
	COOM51: desarrolla sistemas para detectar cambios fundamentales en la industria (competencia, tecnología, regulación).	,812			0,71	0,5
	VM52: la marca es señal de calidad superior del producto o servicio.	,822	,942	,905	0,76	0,58
	VM53: la marca permite aumentar los niveles de precios.	,900			0,89	0,79
	VM54: los elementos de marca (nombre, logo, eslogan, personaje) facilitan el proceso de venta.	,943			0,95	0,9
	VM55: la marca mejora la predisposición a la compra de productos o servicios.	,920			0,91	0,83
	VM56: la marca aumenta la compra repetida.	,899			0,88	0,77
	VM57: la marca permite obtener mejores resultados organizacionales.	,861			0,85	0,72
	EE58: la empresa es una organización altamente ética.	,596			0,6	0,36
	EE59: los empleados no se involucran en problemas éticos.	,846			0,83	0,69
EE60: los empleados toman decisiones a partir de un conjunto de valores compartidos.	,837	0,83			0,69	
EE61: los altos cargos de la empresa realizan acciones en búsqueda del beneficio común y no el beneficio personal.	,776	0,908			0,910	0,77
ETICA EMPRESARIAL Basado en Rizzo, House y Litzman, 1970; Grisaffè y Jaramillo, 2007; Sullivan, 2009; Jaramillo, Mulki y Valenzuela, 2009.	EE62: los empleados realizan acciones en búsqueda del beneficio común y no el beneficio personal.	,742			0,68	0,46
	EE63: posee políticas de incentivos que respetan los valores éticos.	,756	0,7	0,49		
	EE64: tiene políticas de promoción (descuentos, regalos, otros) que respetan los valores éticos.	,830	0,75	0,55		
	EE65: la ética de mi empresa genera mejores resultados organizacionales.	,725	0,65	0,42		
	DO66: La empresa entrega incentivos que colaboran con un mejor desempeño organizacional	,756	0,67	0,45		
	DO67: Las capacitaciones permiten obtener un mejor desempeño organizacional					
	DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL Sullivan, 2009, Olavarrieta, 2002					

VARIABLES LATENTES	DESCRIPCIÓN DEL ÍTEM	CARGA	COEFICIENTE CRONBACH	KMO	R	R2
	DO68: La ética de mi empresa genera un mejor desempeño organizacional	,805			0,72	0,52
	DO69: La marca permite obtener un mejor desempeño organizacional	,736	,733	,802	0,63	0,40
	DO70: Los empleados motivados logran mejores resultados organizacionales.	,687			0,6	0,36
	DO71: Los empleados saben que su trabajo tiene influencia directa en los resultados de la compañía.	,779			0,68	0,46
	DO72: Los empleados con mayor experiencia en el área de ventas ayudan a tener mejores resultados organizacionales	,591			0,58	0,34

Fuente: Elaboración propia. En la tabla anterior se observan los principales estadísticos de fiabilidad y validez de cada variable con sus ítems de medición respectivos, en la tabla se observa que todos los ítems tienen una varianza compartida con la variable que miden mayor que 0,5. Por otra parte como se ve a través del KMO en todos los casos fue apropiada la aplicación de un análisis factorial, revelando que a nivel de contenido los ítems permiten captar la información de las variables de medición.

Tabla 2: Matriz de Correlaciones

CONSTRUCTOS	IT	ACR	PI	SL	NC	EFV	GOCV	OC	CI	OCL	COOM	VM	EE
IT	1	0,779	0,634	0,778	0,571	0,307	0,05	0,349	0,652	0,00	0,584	0,417	0,675
ACR	0,779	1	0,614	0,727	0,570	0,368	0,01	0,342	0,615	-0,01	0,538	0,411	0,664
PI	0,634	0,614	1	0,595	0,713	0,325	-0,03	0,347	0,527	-0,06	0,580	0,445	0,685
SL	0,778	0,727	0,595	1	0,567	0,270	-0,00	0,323	0,648	-0,06	0,580	0,445	0,685
NC	0,571	0,570	0,713	0,567	1	0,297	-0,03	0,354	0,544	-0,04	0,520	0,485	0,690
EFV	0,307	0,368	0,325	0,270	0,297	1	0,05	0,106	0,232	0,04	0,195	0,280	0,276
GOCV	0,06	0,02	-0,03	-0,01	-0,03	0,05	1	0,05	-0,04	0,738	-0,02	0,03	-0,06
OC	0,349	0,342	0,347	0,323	0,354	0,106	0,05	1	0,474	0,03	0,772	0,315	0,375
CI	0,652	0,615	0,527	0,648	0,544	0,232	-0,04	0,474	1	-0,07	0,630	0,335	0,580
OCL	0,00	-0,01	-0,06	-0,06	-0,04	0,04	0,738	0,03	-0,07	1	-0,63	-0,03	-0,09
COOM	0,584	0,538	0,580	0,528	0,520	0,195	-0,02	0,772	0,630	-0,06	1	0,402	0,552
VM	0,417	0,411	0,445	0,432	0,485	0,280	0,03	0,315	0,335	-0,00	0,402	1	0,526
EE	0,675	0,664	0,685	0,681	0,690	0,276	-0,06	0,375	0,580	-0,09	0,552	0,526	1

Fuente: Elaboración propia. En la tabla anterior se observa la matriz de correlaciones entre las variables donde todas muestran tener una correlación mayor que 0 (positiva) entre ellas. En la mayoría de los casos se cumple con tener una correlación mayor que 0,3, excepto en el caso de la Experiencia de la Fuerza de Ventas cuyas correlaciones con las demás variables no cumplen con este criterio, como también Orientación al Cliente y Grado de Orientación al cliente por parte de la Fuerza de Ventas indicando que esta variable muestra un comportamiento distinto respecto a las demás.

Para medir la consistencia de las variables del modelo se usó un análisis factorial confirmatorio (AFC) usando AMOS 19.0. Los resultados de los AFC son satisfactorios, ya que el factor de normalización estandarizado de todas las cargas fueron superior a 0,7 y significativa en $\alpha = 0.0$. Asimismo los índices de ajuste absoluto, incremental y parsimonia son satisfactorios para todos los constructos y sub-modelos usados en el modelo propuesto que se observan en las figuras 2, 3, 4, 5 y 6 y cuyos resultados se muestran en las tablas 3, 4, 5, 6 y 7 respectivamente. Lo anterior permitió determinar la asociación de las variables del modelo y corroborar las hipótesis del estudio.

TABLA 3: Estadísticos Sub-Modelo Grado de Orientación al Cliente por parte de la Fuerza de Ventas (Medido por Nivel de Capacitación, Satisfacción Laboral y Experiencia de la Fuerza de Ventas)

BONDAD DE AJUSTE	MEDIDA DE AJUSTE	CRITERIO	RESULTADOS DE AFC
Índice de ajuste absoluto	χ^2 (sig.)	>0.05	530.501 (9) sig. **
Índice de ajuste incremental	GFI	0 = malo y 1 = perfecto	0.758
	NFI /TLI	> 0 = 0.9	0.854 /0.879
	IFI / CFI	Entre 0 y 1	0.879 /0.879.
Parsimonia	PNFI	Entre 0 y 1	0.743
Confiabilidad del constructo	Índice de Confiabilidad Compuesto	>0.70	0.76

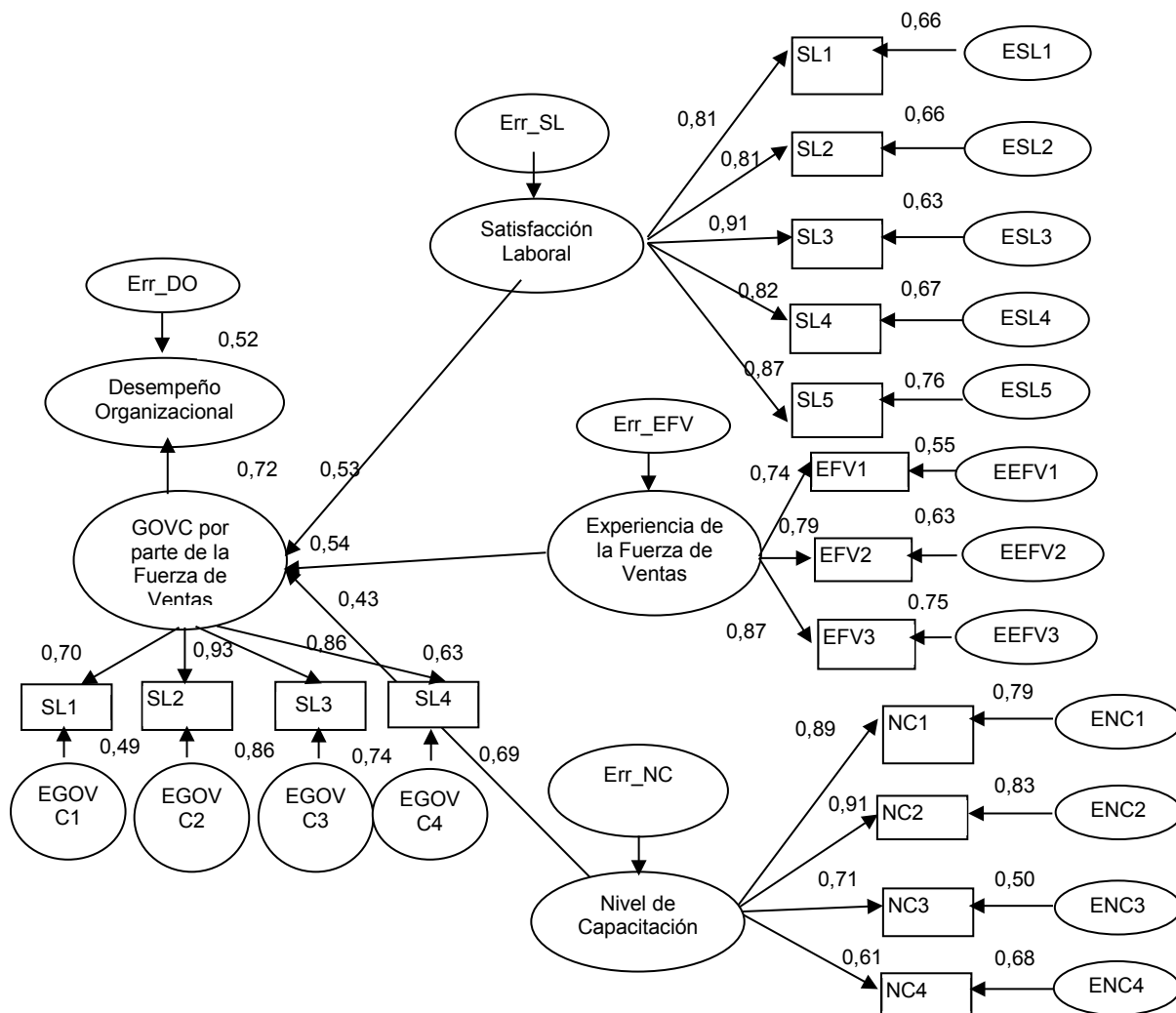
Fuente: Elaboración propia. En la tabla se observa que el sub-modelo Grado de Orientación al Cliente por parte de la Fuerza de Ventas presenta un alto grado de significancia (al 5%), un buen índice de ajuste absoluto (0.758) como también de ajuste incremental (0.879), por lo cual es adecuada su aplicación. Además presenta un buen nivel de parsimonia (0.743) mostrando que tiene alto grado explicativo en función del número de variables utilizadas. Por otra parte, cumple con ser confiable (0.76)

TABLA 4: Estadísticos Sub-Modelo Satisfacción Laboral (Medido por Involucramiento en el Trabajo, Ambigüedad de Rol y Políticas de Incentivos)

Bondad de Ajuste	Medida de Ajuste	Criterio	Resultados de AFC
Índice de ajuste absoluto	X ² (sig.)	>0.05	526.378 (9) sig. ***
	GFI	0 = malo y 1 = perfecto	0.813
Índice de ajuste incremental	NFI /TLI	> 0 = 0.9	0.854/0.863
	IFI / CFI	Entre 0 y 1	0.838/0.876
Parsimonia	PNFI	Entre 0 y 1	0.772
Confiabilidad del constructo	Índice de Confiabilidad Compuesto	>0.70	0.72

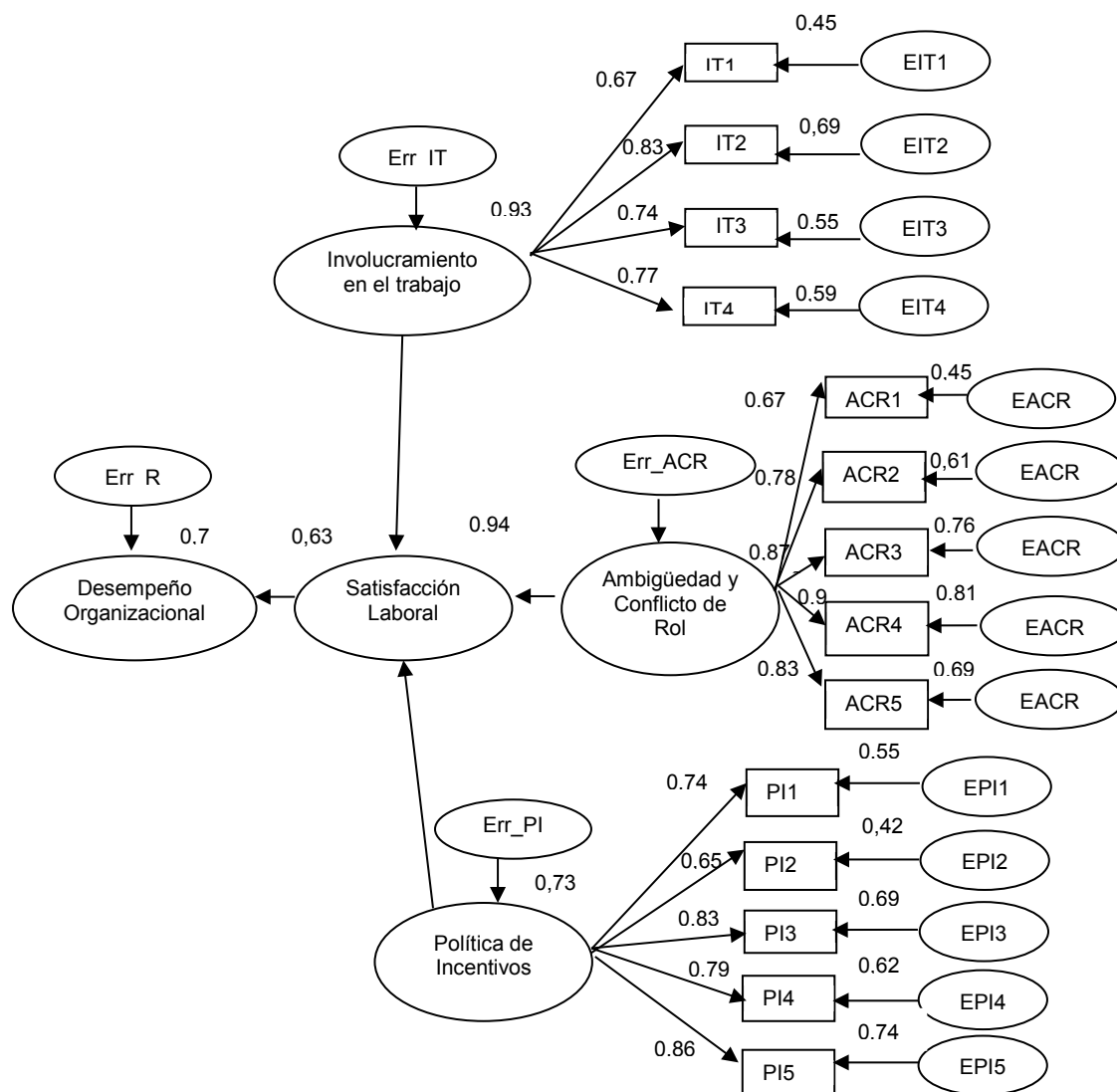
Fuente: Elaboración propia. En la tabla se observa que el sub-modelo Satisfacción Laboral presenta un alto grado de significancia (al 1%), un buen índice de ajuste absoluto (0.813) como también de ajuste incremental (0.876), por lo cual es adecuado su aplicación. Además presenta un buen nivel de parsimonia (0.772) mostrando que tiene alto grado explicativo en función del número de variables utilizadas. Por otra parte, cumple con ser confiable (0.72)

Figure 2: Sub – Modelo 1 Grado de Orientación al Cliente Por Parte de la Fuerza de Ventas



En la figura anterior se encuentran las cargas de cada ítem respecto a la variable que está midiendo a través del Análisis Factorial Confirmatorio (AFC), se observa que los ítems seleccionados a partir del proceso de depuración con el Análisis Factorial Exploratorio (AFE) cargan positivamente y sobre 0,5 en la variable respectiva, además las variables latentes tienen un impacto mayor que 0,4 en el desempeño organizacional, siendo relevantes para su medición

Figura 3: Sub - Modelo 2 Satisfacción Laboral



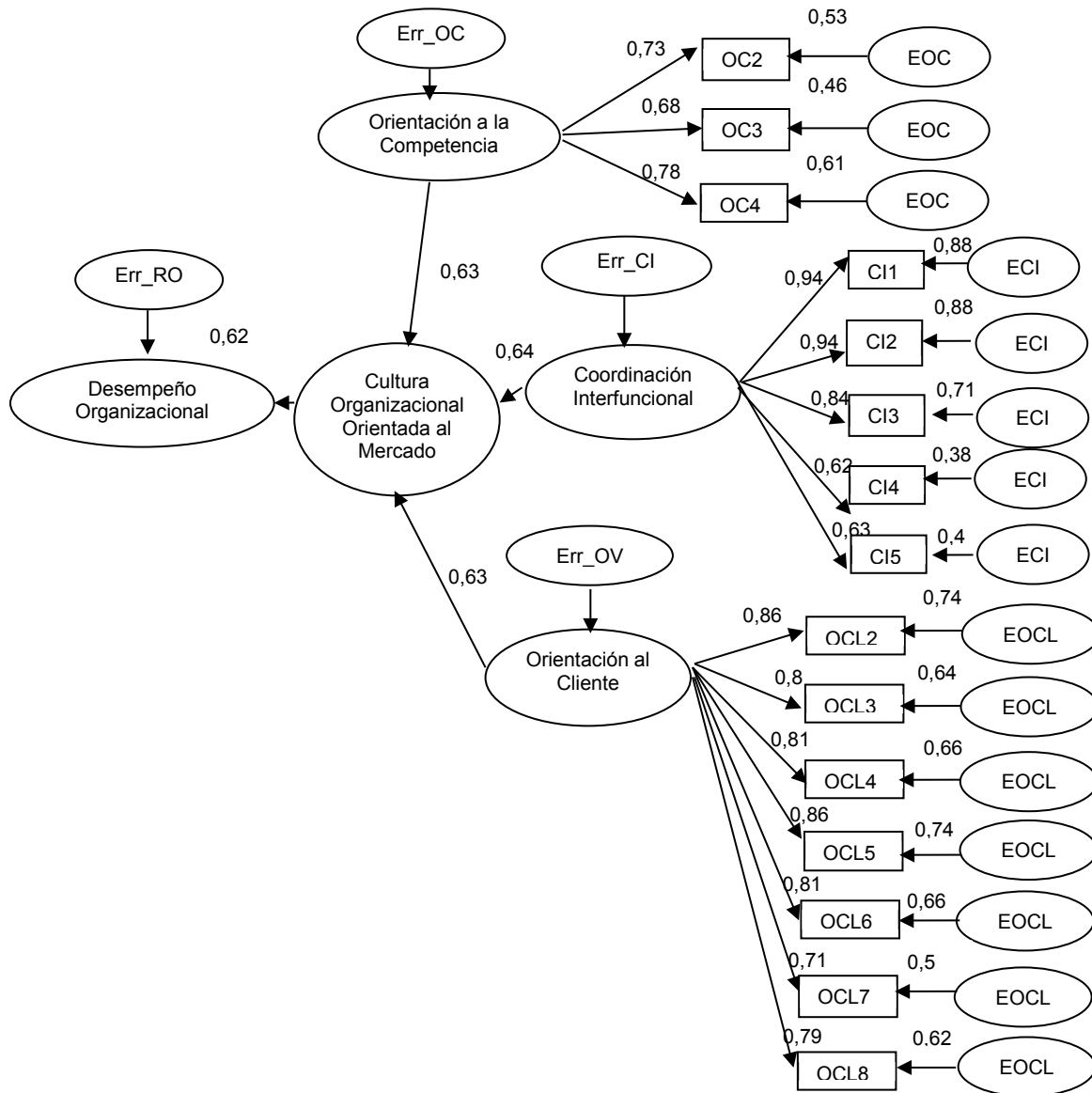
En la figura anterior se encuentran las cargas de cada ítem respecto a la variable que está midiendo a través del Análisis Factorial Confirmatorio (AFC), se observa que los ítems seleccionados a partir del proceso de depuración con el Análisis Factorial Exploratorio (AFE) cargan positivamente y sobre 0,5 en la variable respectiva, además las variables latentes tienen un impacto mayor que 0,7 en el desempeño organizacional, siendo relevantes para su medición.

Tabla 5: Estadísticos Sub-Modelo Cultura Organizacional Orientada al Mercado (Medido Por Orientación a la Competencia, Coordinación Interfuncional y Orientación al Valor del Cliente)

Bondad de Ajuste	Medida de Ajuste	Criterio	Resultados de AFC
Indice de ajuste absoluto	X ² (sig.)	>0.05	485.033 (9) sig. ***
	GFI	0 = malo y 1 = perfecto	0.836
Indice de ajuste incremental	NFI /TLI	> o = 0.9	0.86/0.874
	IFI / CFI	Entre 0 y 1	0.89/0.89
Parsimonia	PNFI	Entre 0 y 1	0.752
Confiabilidad del constructo	Indice de Confiabilidad Compuesto	>0.70	0.8

Fuente: Elaboración propia. En la tabla se observa que el sub-modelo Cultura Organizacional Orientada al Mercado presenta un alto grado de significancia (al 1%), un buen índice de ajuste absoluto (0.836) como también de ajuste incremental (0.89), por lo cual es adecuado su aplicación. Además presenta un buen nivel de parsimonia (0.752) mostrando que tiene alto grado explicativo en función del número de variables utilizadas. Por otra parte, cumple con ser confiable (0.8)

Figura 4: Sub – Modelo 3 Cultura Organizacional Orientada al Mercado



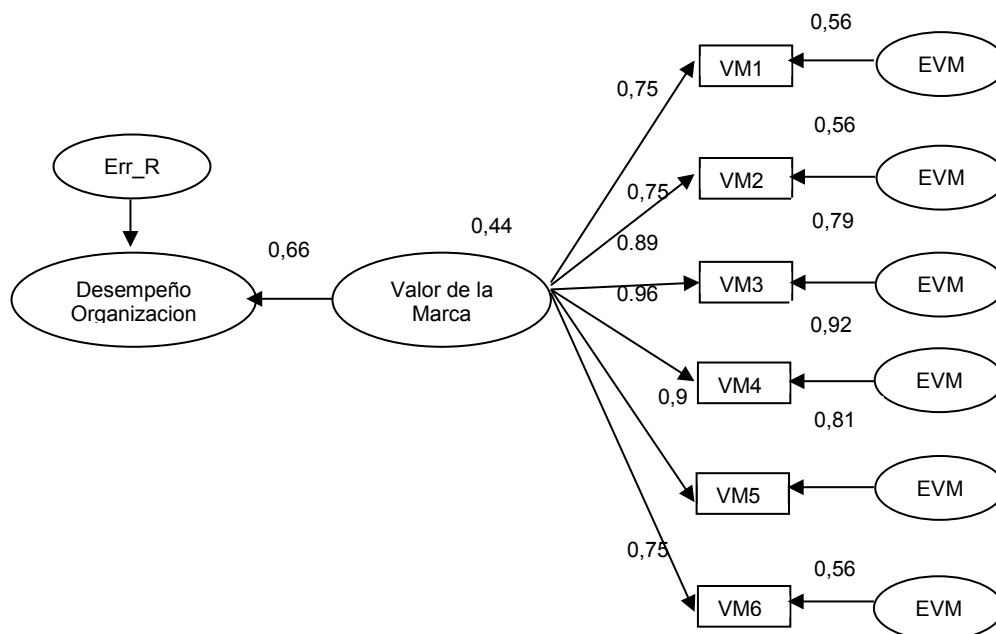
En la figura anterior se encuentran las cargas de cada ítem respecto a la variable que está midiendo a través del Análisis Factorial Confirmatorio (AFC), se observa que los ítems seleccionados a partir del proceso de depuración con el Análisis Factorial Exploratorio (AFE) cargan positivamente y sobre 0,5 en la variable respectiva, además las variables latentes tienen un impacto mayor que 0,6 en el desempeño organizacional, siendo relevantes para su medición

Tabla 6: Estadísticos Sub-Modelo Valor de la Marca

Bondad de Ajuste	Medida de Ajuste	Criterio	Resultados de AFC
Índice de ajuste absoluto	X ² (sig.)	>0.05	129,341 (18) sig. ***
	GFI	0 = malo y 1 = perfecto	0.905
Índice de ajuste incremental	NFI / TLI	> 0 = 0.9	0.932/0.914
	IFI / CFI	Entre 0 y 1	0.937/0.937
Parsimonia	PNFI	Entre 0 y 1	0.683
Confiabilidad del constructo	Índices de Fiabilidad Compuesta	>0.70	0.83

Fuente: Elaboración propia En la tabla se observa que el sub-modelo Valor de la Marca presenta un alto grado de significancia (al 1%), un buen índice de ajuste absoluto (0.905) como también de ajuste incremental (0.937), por lo cual es adecuado su aplicación. Además presenta un buen nivel de parsimonia (0.683) mostrando que tiene alto grado explicativo en función del número de variables utilizadas. Por otra parte, cumple con ser confiable (0.83)

Figura 5: Sub – Modelo 4 Valor de la Marca



En la figura anterior se encuentran las cargas de cada ítem respecto a la variable que está midiendo a través del Análisis Factorial Confirmatorio (AFC), se observa que los ítems seleccionados a partir del proceso de depuración con el Análisis Factorial Exploratorio (AFE) cargan positivamente y sobre 0,5 en la variable respectiva, además la variables latente Valor de la Marca tiene un impacto mayor que 0,4 en el desempeño organizacional, siendo relevante para su medición

Tabla 7: Estadísticos Sub-Modelo Ética Empresarial

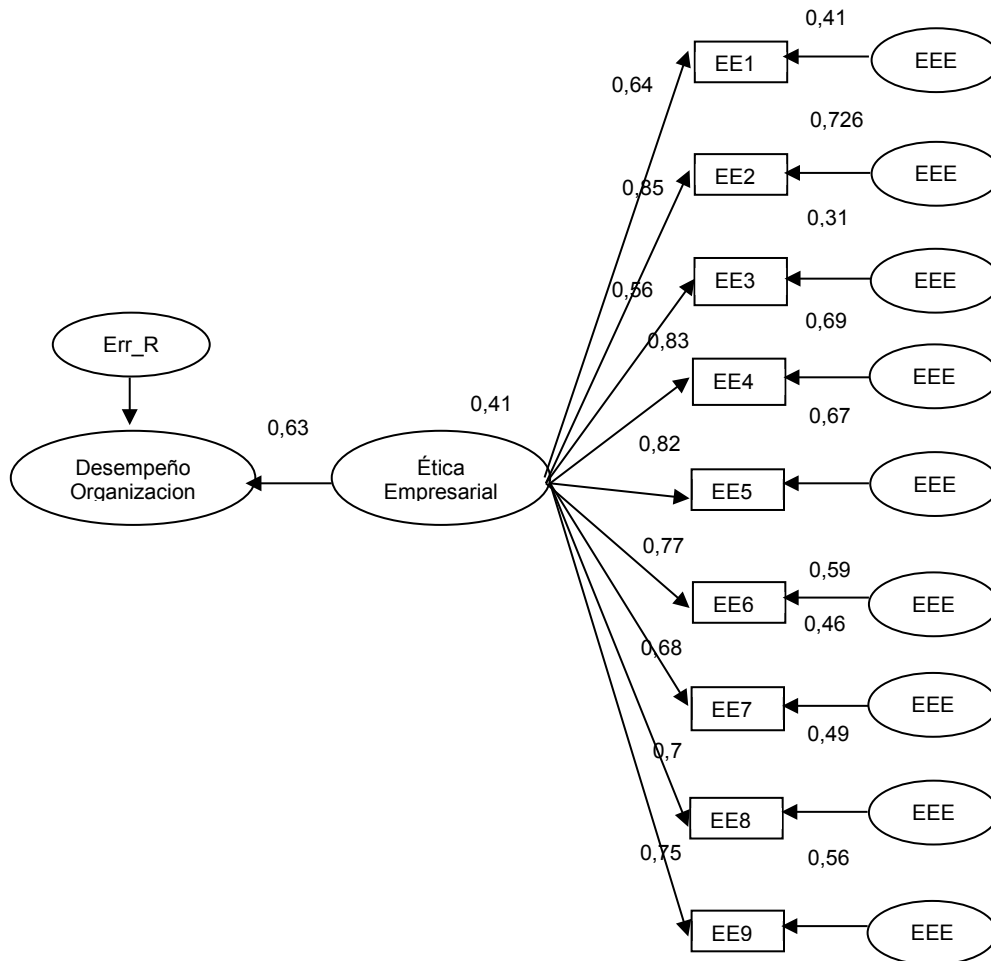
Bondad de Ajuste	Medida de Ajuste	Criterio	Resultados de AFC
Índice de ajuste absoluto	X ² (sig.)	>0.05	222,666 (2) sig. *
	GFI	0 = malo y 1 = perfecto	0.865
Índice de ajuste incremental	NFI /TLI	> 0 = 0.9	0.877/0.864
	IFI / CFI	Entre 0 y 1	0,891/0.891
Parsimonia	PNFI	Entre 0 y 1	0.706
Confiabilidad del constructo	Índices de Fiabilidad Compuesta	>0.70	0.73

Fuente: Elaboración propia En la tabla se observa que el sub-modelo Satisfacción Laboral es significativo (al 10%), un buen índice de ajuste absoluto (0.865) como también de ajuste incremental (0.891), por lo cual es adecuada su aplicación. Además presenta un buen nivel de parsimonia (0.706) mostrando que tiene alto grado explicativo en función del número de variables utilizadas. Por otra parte, cumple con ser confiable (0.73)

A partir de los análisis realizados se obtuvo que los indicadores usados para medir cada constructo presenten una alta carga factorial (en su mayoría sobre 0,8), lo cual representa una alta correlación de los ítems con su variable latente. Y las variables seleccionadas en todos los casos presentan un impacto importante (sobre 0,6) sobre la variable Desempeño Organizacional (DO). Por lo tanto, la evidencia empírica derivada de esta investigación permite corroborar que en la medida que el grado de satisfacción del ejecutivo comercial sea mayor, el compromiso con la organización y con el cliente será mayor. Es decir, su grado de involucramiento con el trabajo se vería reflejado en la calidad de servicio entregado al cliente y la buena gestión de ventas. Efectivamente hay estudios que muestran que existe una relación significativa entre el involucramiento que tenga una persona con su trabajo y el esfuerzo para alcanzar sus objetivos laborales y desafíos de la compañía (Brown, 1998). Por otra parte, los resultados de esta investigación también corroboran que es necesario poner atención a la ambigüedad de rol ya que para lograr una gestión eficiente es fundamental que el empleado comprenda todos los roles individuales o múltiples que enfrentará, y por ende, estos roles debieran ser claramente comunicados en términos de conductas (actividades, tareas o prioridades) y niveles de rendimiento deseados (cómo se juzga el desempeño) (Kahn, Wolfe, Quinn, Snoek y Rosenthal, 1964). En efecto, Naylor, Pritchard e Ilgen (1980) afirman que la ambigüedad o conflicto de rol se produce cuando miembros de la fuerza de venta no tienen

certeza sobre el resultado o producto de sus evaluaciones ni de las consecuencias que esto provoca sobre ellos.

Figura 6: Sub – Modelo 5 Ética Empresarial



En la figura anterior se encuentran las cargas de cada ítem respecto a la variable que está midiendo a través del Análisis Factorial Confirmatorio (AFC), se observa que los ítems seleccionados a partir del proceso de depuración con el Análisis Factorial Exploratorio (AFE) cargan positivamente y sobre 0,5 en la variable respectiva, además la variables latente Ética Empresarial tiene un impacto mayor que 0,4 en el desempeño organizacional, siendo relevante para su medición

También la evidencia empírica que arroja este trabajo apoya al igual que otros estudios (Gerhart, Minkoff y Olsen, 1995), la importancia de la existencia de políticas de incentivos en las organizaciones en cualquiera de sus formas o manifestaciones. Autores como Milkovich y Newman (1996) señalan que la retribución de los empleados juega un papel fundamental en la relación empresa-empleado, pudiendo ser la fuente de buenos resultados por parte de la fuerza de venta. Y acorde a Leonard (1990) las políticas de incentivos repercuten en los beneficios financieros. Sin embargo, el efecto en la rentabilidad se obtiene solo cuando la política de retribuciones es constante y a largo plazo (Carlson, Upton y Reaman, 2006). Con relación al nivel de capacitación, los encuestados le dan importancia al tipo de capacitación y manifiestan que es una herramienta útil para obtener mejores resultados en su gestión. Por ende, estos resultados son consistentes con otros estudios como Stone (2007), Kushnir, Ehrenfeld y Shalish (2008), Longenecker (2010) y Martin (2010) que señalan que un buen nivel de capacitación permite motivar a los empleados para que aumenten su productividad y rendimiento en el trabajo.

Otro aspecto a destacar es que los modelos presentados en el análisis confirmatorio son bastante parsimoniosos y explican cada variable latente, por lo cual las variables son significativas y explicativas justificando los hallazgos del modelo. La variable más explicativa en términos de ajuste absoluto e incremental ha sido el constructo valor de la marca con resultados sobre 0,9 en todos los indicadores. Por consiguiente, las empresas deben proteger y aumentar su patrimonio de marca que se relaciona con el comportamiento de los consumidores en la decisión de consumo, dado que para lograr un desempeño exitoso en la venta nacional y los mercados internacionales, las gerencias deben planificar y ejecutar muy bien sus estrategias de marca. La empresa que maneja bien su marca y genera estrategias centradas en el cliente puede aumentar su valor de marca (Karadeniz, 2010).

Asimismo, los incentivos especiales que implementen las empresas a sus clientes tendrán un impacto positivo en la lealtad de los mismos, solo cuando éstos consideren que la empresa opera con un alto nivel de ética (Valenzuela, Mulki y Jaramillo, 2010), por ende, el nivel de ética empresarial influiría en la percepción de los clientes y en la reputación ética corporativa. Esta investigación permite reconocer que mientras más orientados al cliente están los ejecutivos, serán menos propensos a participar en actividades poco éticas y viceversa (Howe, Douglas y Hardigree, 1994). Vitell y Paolillo (2004) establecen también una positiva relación entre los valores éticos corporativos, la importancia de la ética y responsabilidad social percibida en el logro de las metas organizacionales. Por último, los resultados obtenidos en este estudio son consistentes con lo mostrado por Roche y Roche (2006), quienes indican que las oportunidades para el crecimiento de las ventas y la mejora de los resultados organizacionales se encuentran en la administración de la fuerza de ventas y cómo manejar sus determinantes.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIÓN

Este trabajo es pionero en investigar sobre las variables o determinantes que podrían influir en la gestión orientada al valor del cliente y el desempeño organizacional en las áreas que han adquirido mayor relevancia en la gestión empresarial: marketing y ventas. Y contribuye con la propuesta de un modelo constituido por una serie de constructos fiables que permite aportar por un lado a la teoría de marketing y ventas. Y por otro lado, proveer evidencia empírica, desde un estudio aplicado a 327 ejecutivos de jefatura media-alta y alta pertenecientes al área comercial y a distintas empresas en Chile que gestionan sus negocios a escala global. Los ejecutivos encuestados, mayoritariamente, pertenecen a empresas del sector servicios, el cual tiene un alto impacto en el desarrollo económico y social de los países.

A partir de los resultados de esta investigación, queda en evidencia que en Chile, la orientación al valor del cliente es un tema que cada vez tiene mayor importancia desde el punto de vista estratégico y táctico, pero todavía falta una filosofía de gestión integradora de las políticas empresariales en temas como políticas de incentivos, capacitación, ética empresarial y estrategias de marca. Trabajar a nivel estratégico y táctico para mejorar el nivel de satisfacción laboral, específicamente en las áreas de marketing y ventas se torna fundamental para aumentar el valor de la cartera de clientes.

Lo anterior se reflejaría con una mejor disposición de parte del empleado con su trabajo, mejor gestión en ventas y con la calidad del servicio entregado a los clientes. Por ende, la gerencia debería preocuparse por aspectos fundamentales como eliminar la ambigüedad de rol para que su equipo de venta tenga certeza sobre los resultados a lograr, sus prioridades, ponderaciones, consecuencias que estos provocan sobre ellos, cómo serán evaluados y compensados. Para ello es necesario trabajar en los procedimientos y programación del trabajo, los criterios de desempeño y las políticas de incentivos. Para contar con un sistema de incentivos efectivo es primordial que las organizaciones conozcan sus propias características, cambios relevantes en su entorno, y las preferencias y comportamientos de compra de sus clientes. Las políticas de incentivos son decisivas para favorecer la percepción de satisfacción laboral e influir positivamente en la motivación intrínseca de los empleados, mediante formas monetarias y no monetarias.

Del mismo modo, las organizaciones deberían poner mayor énfasis en su gestión a las acciones que faciliten un mayor involucramiento del equipo de ventas y marketing, puesto que son éstos los que podrían influir en los comportamientos de compra y grado de lealtad de los clientes. La idea es generar mayor sentido de pertenencia, motivación, retroalimentación, comunicación, actitud proactiva para facilitar la consecución de los objetivos. Por lo tanto, la experiencia del equipo de marketing y ventas no solo es importante para realizar transacciones; sino también para aumentar la recomendación de los clientes (boca-oído o valor de referencia) y el reconocimiento de la empresa o marca.

Y bajo este contexto invertir en capacitación que ayude a la permanencia de los buenos empleados, a una mayor participación y disposición en el trabajo, al desarrollo de habilidades y competencias que mejoran la comunicación y gestión con los clientes podrían influir positivamente en una mayor productividad en ventas y rentabilidad de la cartera de clientes. Las personas se forman una impresión de la empresa no solo por sus productos y su infraestructura, la atención del personal es un elemento importante en la percepción que se crean los clientes sobre la empresa o marca. Los vendedores son la cara visible de la organización, una mala atención puede provocar que un cliente no tenga interés de recompra, hable mal de la empresa, se convierta en un cliente terrorista (boca-oído negativo, desprestigia a la marca) y opte por la competencia. Del mismo modo, la ética empresarial es otro aspecto que podría generar percepciones favorables o negativas en los clientes. Las acciones que realiza la compañía también tienen efecto en los competidores, proveedores y directamente sobre los clientes.

Por último, el rol de la alta dirección es esencial para promover una cultura organizacional que ponga al cliente en el centro de la estrategia, desde la perspectiva del valor para el cliente (es decir, los aspectos que el cliente más valora en la relación y cómo los jerarquiza y pondera) y de su valor actual y potencial en términos de rentabilidad para la empresa. Es fundamental que la organización monitoree sistemáticamente el mercado y a la competencia para obtener información esencial que le permita a través de su análisis extraer conclusiones relevantes sobre sus mercados y clientes. Así la empresa podrá implementar acciones estratégicas proactivas y eficientes, basadas en el conocimiento, que logren crear propuestas de valor y soluciones superiores. Esto traerá probablemente compras repetidas con el proveedor, desarrollo de clientes y referencias positivas de boca-oído.

Con relación a las limitaciones del estudio están la no consideración de la influencia del tiempo y de los tipos de industria en la aplicación del modelo y los resultados obtenidos. Falta incluir la percepción de los clientes para determinar la brecha con las percepciones de las empresas e identificar los factores que inciden en esta diferencia de percepciones. Por consiguiente, como desafío en investigaciones futuras está captar el efecto de las variables propuestas en el modelo en distintas industrias. Otro desafío importante es realizar un seguimiento a las estrategias de la compañía. Y por último, este estudio podría ser aplicado a otros países en desarrollo de Latinoamérica, que tengan una idiosincrasia similar a la de Chile y busquen gestionar sus negocios con una clara orientación al mercado globalizado y competitivo, y en función del valor actual y potencial de sus clientes.

AGRADECIMIENTOS

Los autores reconocen y agradecen el apoyo financiero de Fondecyt de Chile, ya que este estudio es una parte de la investigación desarrollada en el proyecto Fondecyt N° 11100163. Asimismo, agradecen los comentarios de los árbitros y editores del IBFR, puesto que ayudaron a mejorar la calidad este artículo.

REFERENCIAS

Behruz, A., Ghader, V, y Hasan, G. (2011) “Interdisciplinary”, *Journal of Contemporary Research in Business*, vol. 3(3), p. 1332-1338.

Boselie, P., Hesselink, M., Paauwe, J. y Wiele., A. (2001) “Employee perception on commitment oriented. Work systems: Effects on trust and perceived job security”, *ERIM Report Series Research in Management*. vol.2(1), p. 2-28.

Breaugh, J. A. y Colihan, J. P. (1994) “Measuring facets of job ambiguity: Construct validity evidence”, *Journal of Applied Psychology*, vol. 79, p. 191-202.

Brown, S.P. y Peterson, R.A. (1994) “The effect of effort on sales performance and job satisfaction”, *Journal of Marketing*. vol. 58, p. 70-80.

Brown, T., Mowen, T., Donavan, T. y Licata, J. (2002) “The Customer Orientation of Service Workers: Personality Trait Effects on Self-and Supervisor Performance Ratings”, *Journal of Marketing Research*. vol. 39, p. 110-119.

Brown, S., y Chandrashekar, M. (1998) “Customer evaluations of service complaint experiences: implications for relationship marketing”, *Journal of Marketing*, vol. 62, p. 60-76.

Carlson, D.S., Upton, N., y Reaman, S. (2006) “The impact of human resource practices and compensation design on performance: An analysis of family-owned SME’s”, *Journal of Small Business Management*, vol. 44(4), p. 531-543.

Chang, P.L. y Chen, W.L. (2002) “The effect of human resource management practices on firm performance: Empirical evidence from Taiwan’s High-Tech firms.”. *International Journal of Management*, vol. 19(4), p. 622-631.

Chonko, L.B. y Hunt S.D. (2000) “Ethics and marketing management: A retrospective and prospective commentary”, *Journal of Business Research*, vol. 1, p. 235-244.

Cooke, R.A. y Rousseau, D.M. (1984) “Stress and strain from family roles and work role expectation.”, *Journal of Applied Psychology*, vol. 69, p. 252-260.

Darden W.; Mckee, D. y Hampton, R. (1993) “Salesperson Employment Status as a Moderator in the Job Satisfaction Model: A Framework of Reference Perspective”, *Journal of Personal Selling and Sales Management*, vol. 13, p. 1-15.

Day, G. S. (1994) “The Capabilities of Market-Driven Organizations”, *Journal of Marketing*, vol. 58(4), p. 37-52.

Deeds, D. y Rothaermel, F.T. (2003) “Honeymoons and Liabilities: The Relationship between Age and Performance in Research and Development Alliances”, *Journal of Product Innovation Management*, vol. 20(6), p. 468-485.

Deshpande, R., J. Farley, and J. F. Webster: 1993, 'Corporate Culture, Customer Orientation, and Innovativeness in Japanese Firms: A Quadrad Analysis,' *Journal of Marketing* 57(January), 23-38.

Durson, T. y Kilic, C. (2011). “Exploring Occupational and strategic drivers of individuals Customer Orientation”, *Journal of Business and Economics Research*, vol. 9(5) p. 35-45.

Escobar, S. (2000) “La equidad de marca “Brand Equity” una estrategia para crear y agregar valor”, *Estudios Gerenciales*, vol. 75, p. 35-41. Cali, Colombia: Universidad ICESI.

Fay, C., Knight, D. y Thompson, M. (2001) “The executive handbook on compensation”. New York: The Free Press.

Frank, G. y Park, J. (2006) “Salesperson Adaptive Selling Behavior and Customer Orientation: A Meta-Analysis”, *Journal of Marketing Research*, vol. 48, p. 693-702. Noviembre, 2006.

Fuentes, F. L., T., Montoro, F. y Cañadas, P. (2004) “Efectos del valor de la marca sobre la lealtad y el precio atribuido por el consumidor”. Paper presented at the Libro de Ponencias del XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, Alicante, España.

Gerhart, B. y Milkovich, G.T. (1992) “Employee Compensation: Research and Practice. In Dunnette, M.D. and Hough, L.M. (Eds)” *Handbook of Industrial Psychology*, vol. 1, p. 481-569. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.

Gerhart, B., Minkoff, H. y Olsen, R. (1995) “Employee compensation: Theory, practice, and evidence”. CAHRS”, vol. 95(4), p. 1-29. Ithaca, NY: Cornell University.

Ghebreorgis, F. y Karsten, L. (2007) “Human resource management and performance in a developing country: the case of Eritrea. *International*”, *Journal of Human Resource Management*, vol. 18(2), p. 321-332. Febrero, 2007

Greenley, G. E. (1995) “Market orientation and company performance: empirical evidence from UK companies”. *British Journal of Management*, vol. 6, p. 1-15

Guillén, M. (1996) “La ética empresarial: una aproximación al fenómeno”, *Cuadernos de empresa y humanismo*, vol. 58, p. 1-61. Pamplona.

Gupta, S. y Lehman, D.R. (2003) “Customer as assets”, *Journal of Interactive Marketing*, vol. 17, p. 9-14.

Gupta, S., and Zeithaml V. (2006). Customer Metrics and Their Impact on Financial Performance. *Marketing Science*, 25 (6), pp. 718-739.

Hansen, J., Singh, T., Weilbaker, D., y Guesalaga, R. (2011) “Cultural Intelligence in Cross-Cultural Selling: Propositions and Directions for Future Research”, *Journal of Personal Selling & Sales Management*, vol. 31(3), p. 243-254.

Harris, E., Mowen, J. y Brown, T. (2005) “Re-examining Salesperson Goal Orientations: Personality Influencers, Customer Orientation, and Work Satisfaction”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 33(1), p. 19-35.

Hernández, R. (2009) “Marketing viral y construcción de marca”, *Marketing y Ventas*, vol. 242, p. 58-65.

Homburg, C. y Pflesser, C. (2000) “A multiple-layer model of market-oriented organizational culture: Measurement issues and performance outcomes”, *Journal of Marketing Research*, vol. 37(4), p. 449-462.

Hoque, K. (1999) "Human Resource Management and Performance in the UK Hotel Industry", *British Journal of Industrial Relations*, vol. 37(3), p. 419-443.

Howe, V., Douglas, H. y Hardigree, D. (1994) "The Relationship Between Ethical and Customer-Oriented Service Provider Behavior", *Journal of Business Ethics*, vol. 13, p. 497-506.

Huselid, C.W. (1995) "The impact of human resource management practices on turnover, productivity and corporate financial performance", *Academy of Management Journal*, vol. 38(3), p. 635-672.

Jaramillo, F. y Grissafe, D. B. (2009) "Examining the impact of servant leadership on salesperson's turnover intention", *Journal of Personal Selling and Sales Management*, vol. 29, p. 351-365.

Kahn, R.L., Wolfe, D.M., Quinn, R.P., Snoek, J.D. y Rosenthal, R.A. (1964) "Organizational Stress: Studies in Role Conflict and Ambiguity". New York: Wiley.

Kanungo, R.N. (1982) "Work alienation: An integrative approach". New York: Praeger Publishers.

Karadeniz, M. (2010) "The Importance of Customer based Strategic Brand Equity Management for Enterprises", *Journal of Naval Science and Engineering*, vol. 6(2), p. 117-132.

Keller, K. (2008) "Administración Estratégica de la Marca" (3a. ed.). Prentice Hall.

Keller, R. T. (1975) "Role Conflict and Ambiguity: Correlates with job satisfaction and values", *Personnel Psychology*, vol. 28, p. 57-64.

King-Kauanui, S., Ngoc, S.D. y Ashley-Cotleur, C. (2006) "Impact of human resource management: SME performance in Vietnam", *Journal of Development Entrepreneurship*, vol. 11(1), p. 79-95.

Kirca, A. H., Jayachandran, S. y Bearden, W.O. (2005) "Market orientation: A meta-analytic review and assessment of its antecedents and impact on performance", *Journal of Marketing*, vol. 69, p. 24-41.

Kohli, A. K. y Jaworski, B. J. (1990) "Market Orientation: The Construct, Research Propositions and Managerial Implications", *Journal of Marketing*, vol. 54(2), p. 1-18.

Koka, A. y Hein, V. (2003) "Perceptions of teacher's feedback and learning environment as predictors of intrinsic motivation in physical education", *Psychology of Sport and Exercise*, vol. 4, p. 333-346.

Kumar, K., Subramanian, R. y Yauger, C. (1998) "Examining the Market Orientation-Performance Relationship: A Context – Specific Study", *Journal of Management*, vol. 24(2), p. 201-220.

Kumar, V. y Petersen, J. A. (2005) "Using a Customer Level Marketing Strategy to Enhance Firm Performance", *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 33(4), p. 505 -519.

Kumar, V., Lemon, K. y Parasuraman, A. (2006) "Managing customers for value. An overview and research agenda", *Journal of Service Research*, vol. 9, p. 87-94.

Kumar V., Venkatesan R. y Reinartz W. (2008) "Performance Implications of adopting a Customer Focused Sales Campaign", *Journal of Marketing*, vol. 72(5), p. 50-68.

Kumar, V., Jones, E., Venkatesan, R. y Leone P. R. (2011) “Is Market Orientation a Source of Sustainable Competitive Advantage or Simply the Cost of Competing?”, *Journal of Marketing*, vol. 75, p. 1-30.

Kushnir, T., Ehrenfeld, M., y Shalish, Y. (2008) “The effects of a coaching project in nursing on the coaches training motivation, training outcomes, and job performance: An experimental study”, *International Journal of Nursing Studies*, vol. 45, p. 837- 845.

Lawler, E.E., y Hall, D.T. (1970) “Relationship of job characteristics to job involvement, satisfaction, and intrinsic motivation”, *Journal of Applied Psychology*, vol. 54, p. 305-312.

Leenders M. y Wierenga B. (2002) “The effectiveness of different mechanisms for integrating marketing and R&D”, *Journal of Product Innovation Management*, vol. 19(4), p. 305–317.

Leonard, S.S. (1990) “Executive pay and firm performance”, *Industrial and Labor Relations Review*, vol. 43(3), p. 13-29.

Li, S., Sun, B., Wilcox, R. (2005). Cross-selling sequentially ordered products: An application to consumer banking services. *Journal of Marketing Research*, 42(2), pp. 233-239.

Lo, D., Ghosh, M. y La Fontaine, F. (2011) “The incentive and selection roles of sales Force compensation contracts”, *Journal of Marketing Research*, vol. 48, p. 781 –798.

Longenecker, C. O. (2010) “Coaching for better results: Key practices of high performance leaders”, *Industrial and Commercial Training*, vol. 42(1), p. 32-40.

Lozano, J. M. (1999) “Ética y Empresa”, Madrid, España: Editorial Trota.

Luthans, F. (1998) “Organizational Behaviour” (8va. ed.). Boston, Estados Unidos. Irwin McGraw-Hill.

Macintosh, G. (2007) “Customer Orientation, Relationship Quality, and Relational Benefits to the Firm”, *Journal of Services Marketing*, vol. 21, p. 150-157.

Marketing Science Institute. (2000) “Research priorities”, A guide to MSI research programs and procedures. Cambridge, M.A.

Martin, H. J. (2010) “Improving training impact through effective follow-up: techniques and their application”, *Journal of Management Development*, vol. 29(6), p. 520- 534.

Martocchio, J. (1998) “Strategic compensation”, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Milkovich, G. y Newman, J. (1996) “Compensation”, Boston, Estados Unidos. Irwin Mc Graw-Hill.

Miralles, L. (2002) “¿Está su empresa realmente orientada al mercado?”, España: Ediciones Deusto - Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L, vol. 1.

Mulhern, F.J. (1999) “Customer Profitability Analysis: Measurement, Concentration, and Research”, *Journal of Interactive Marketing*, vol. 13(19), p. 25-40.

- Murphy, W. H. (2004) "In Pursuit of Short-Term Goals: Anticipating the Unintended Consequences of Using Special Incentives to Motivate the Sales Force", *Journal of Business Research*, vol. 57(11), p. 1265-1275.
- Nadelsticher, A. (1997) "El escabroso brand equity", *Boletín AMAI*, vol. 4(12), p. 20-23.
- Narver, J. y Slater, S.F. (1990) "The effect of a Market Orientation on Business Profitability", *Journal of Marketing*, vol. 5, p. 20-55.
- Narver, J. y Slater, S.F. (1994) "Market orientation, customer value, and superior performance", *Business Horizons*, vol. 37(2), p. 22-28.
- Narver, J. y Slater, S.F. (1995) "Market Orientation and the Learning Organization", *Journal of Marketing*, vol. 59, p. 63-74.
- Naylor, J. C., Pritchard, R. D. y Ilgen, D. R. (1980) "A Theory of Behavior in Organizations", New York. *Academic Press*.
- Niraj, R., Gupta, M. y Narasimhan, C. (2001) "Customer Profitability in a Supply Chain", *Journal of Marketing*, vol. 65, p. 1-16
- Olavarrieta, S. (2002) "El Valor de la Marca: Un Modelo Integrado", *Revista Economía & Administración*, vol. 1, p. 21-29.
- Palmatier, R. W., Scheer, L.K., Houston, M.B., Evans, K.R., y Gopalakrishna, S. (2007) "Use of relationship marketing programs in building customer-salesperson and customer-firm relationships: Differential influences on financial outcomes", *International Journal of Research in Marketing*, vol. 24, p. 210-223.
- Polsa, P., Storbacka, K. y Sääksjärvi M. (2011) "Management practices in solution sales - a multi-level and cross-functional framework", *Journal of Personal Selling and Sales Management*, vol. 31(1), p. 35-54.
- Rabinowitz, S., y Hall, D. (1977) "Organizational Research on Job Involvement", *Psychological Bulletin*, vol. 84, p. 265- 288
- Rajagopalan, N. (1997) "Strategic orientations, incentive plan adoptions, and firm performance: evidence from electric utility firms", *Strategic Management Journal*, vol.18, p. 761-785.
- Reichheld, F. y Sasser, W. (1990) "Zero defections: Quality comes to services", *Harvard Business Review*, vol. 1, p. 105-111.
- Reinartz, W. T. y Kumar, V. (2005) "Balancing acquisition and retention resources to maximize customer profitability", *Journal of Marketing*, vol. 69, p. 63-79.
- Roche, L., y Roche, J. (2006) "Achieving Sales Effectiveness with Sales Workflow Management. Increasing Revenue and Reducing Costs by Managing Sales Process and Content Customers Incorporated", *Customers Incorporated*, vol. 1, p. 1-7.

Ruh, R., Kenneth, W. y Wood, R. (1975) "Job Involvement Values, Personal Background Participation in Decision Making, and Job Attitudes", *Academy of Management Journal*, vol. 18(2), p. 277-296.

Rust, R., Lemon, K. y Zeithaml, V. (2004) "Return on marketing: using customer equity to focus marketing strategy", *Journal of Marketing*, vol. 68, p. 109-127.

Santos, V. y. Álvarez, L. y Vásquez, R. (2002) "La orientación al mercado como fuente de ventajas competitivas: Antecedentes asociados al equipo directivo y a la estructura organizativa en las empresas industriales", *Revista Asturiana de Economía*.

Saxe, R. y Weitz, B. (1982) "The SOCO Scale: A Measure of the Customer Orientation of Salespeople" *Journal of Marketing Research*, vol. 19, p. 343-351.

Singh, J. (1998) "Striking a balance in boundary-spanning positions: An investigation of some unconventional influences of role stressors and job characteristics on job outcomes of salespeople", *Journal of Marketing*, vol. 62, p. 69-86.

Skirbekk, V. (2003) "Age and Individual Productivity: A Literature Survey", Institute for Demographic Research.

Stanton, W. J., Buskirk, R.H. y Spiro, R.L. (1997) "Ventas. Conceptos, Planificación y Estrategias". (9ª ed.). McGraw Hill.

Stone, F. M. (2007) "Your role as a coach. Coaching, Counseling and Mentoring: How to choose and use the right technique to boost employee performance", New York: AMACOM, vol. 1, p. 11-13

Sullivan, J. (2009) "The Moral Compass of Companies: Business Ethics and Corporate Governance as Anti-Corruption Tools". *Global Corporate Governance Forum*, The International Finance Corporation.

Ugboro, I. y Obeng, K. (2004) "Top management leadership, employee empowerment, job satisfaction, and customer satisfaction in TQM organizations: an empirical study", *Journal of Quality Management*, vol. 5(2), p. 247-272.

Ussahawanitchakit, P. (2008) "Building job satisfaction of certified public accountants (CPAS) in Thailand: effects of role stress through role conflict, role ambiguity, and role overload", *Journal of the Academy of Business and Economics*, vol. 8(2), p. 12-22.

Valenzuela, L. y Torres, E. (2008) "Gestión empresarial orientada al valor del cliente como fuente de ventaja competitiva, Propuesta de un modelo explicativo", *Estudios Gerenciales*, vol. 24(109), p. 65-86.

Valenzuela L; Mulki, J. y Jaramillo, F. (2010) "Impact of Customer Orientation, Inducements and Ethics on Loyalty to the Firm: Customers' Perspective", *Journal of Business Ethics*, vol. 1, p. 277-291.

Venakatachalam, J. y Reddy, K.S. (1996) "Impact of job level and job tenure on work involvement, job involvement and job satisfaction in different organizations", *Human Relations*, vol. 1, p. 76-81.

Viejo, A. (2001) "El plan de compensación como determinante de productividad de las fuerzas de ventas-aplicación al mercado de seguros de vida", Trabajo final de Tesis, programa MADE Universidad del CEMA.

Vitell, S. y Paolillo, J. (2004) “A cross-cultural study of the antecedents of the perceived role of ethics and social responsibility”, *Business Ethics: A European Review*, vol. 13, p. 185-199.

Webster, F.E. Jr. (1992) “The changing role of marketing in the corporation”, *Journal of Marketing*, vol. 56, p. 1-17.

Wegge, J., Schmidt, K., Parkes, C. y Van Dick, R. (2007) “Taking a sickie’: Job satisfaction and job involvement as interactive predictors of absenteeism in a public organization”, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, vol. 80, p. 77–89. The British Psychological Society.

Williams, M. y Wiener, J. (1990) “Does the Selling Orientation-Customer Orientation (SOCO) Scale Measure. Behavior or Disposition?”, Chicago: *American Marketing Association*, vol. 1, p. 239-242.

Zeithaml, V. (1988) “Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence”, *Journal of Marketing*, vol. 52(3), p. 2 - 22.

Zoltners, A., Prabhakant, S. y Lorimer, S. (2006) “The Complete Guide to Sales Force Incentive Compensation: How to Design and Implement Plans That Work”, New York: AMACOM.

BIOGRAFÍA

Leslier Valenzuela Fernández, Ingeniero Comercial y Licenciada en Ciencias de la Administración, Universidad del Bío-Bío, Chile., Master of Business Administration, University of Guelph, Canadá. Doctora en Marketing, Universidad Complutense de Madrid, España. Profesora Asistente de La Facultad de Economía y Negocios, de La Universidad de Chile, adscrita a la cátedra de Consultorías en Marketing, Gerencia de Ventas, Dirección de Marketing Estratégico e Investigación de Mercados.
Diagonal Paraguay 257, Santiago, lvalenzuela@unegocios.cl

Francisco Villegas, Ingeniero Comercial y Licenciado en Administración, Universidad de Chile. Master (c) en Marketing, Universidad de Chile. Ayudante de investigación durante el año 2012.
Diagonal Paraguay 257, Santiago, fvillegasp21@gmail.com

CRISIS FINANCIERAS DE MÉXICO: UN ESTUDIO DE VARIABLES MONETARIAS (1990 – 2012)

Erika Olivas Valdez, Universidad Estatal de Sonora

RESUMEN

La economía mexicana durante las últimas décadas ha mostrado un comportamiento errático en la evolución de variables financieras, mientras que la aplicación de políticas monetarias no ha logrado controlar los efectos de los mercados financieros internacionales, ya que la globalización de estos mercados ha provocado una integración de las economías en este sentido, que más que garantizar beneficios, ha provocado inestabilidad en sus variables monetarias, principalmente en el comportamiento de su mercado de valores y en el valor internacional de su moneda. Por ello, a través de esta investigación de tipo documental, pero con el uso de una metodología cuantitativa (Vectores autoregresivos) se analizó la relación y efecto de las principales variables monetarias, utilizando series de tiempo mensuales de 22 años (261 observaciones), donde se analiza el comportamiento del tipo de cambio (peso-dólar), del índice de precios y cotizaciones de la Bolsa Mexicana de Valores, el nivel de Reservas Internacionales de México, la Deuda Interna Mexicana y la Tasa de Interés en depósitos de ahorro, con el objetivo de describir las crisis financieras de México durante estas dos décadas y cuantificar su efecto sobre las variables monetarias, además de realizar sugerencias en materia de política monetaria como conclusión.

PALABRAS CLAVES: Crisis Financieras, Vectores Autoregresivos y Política Monetaria

MEXICO'S FINANCIAL CRISIS: A SURVEY OF MONETARY VARIABLES (1990-2012)

ABSTRACT

During the last decade the Mexican economy has shown erratic behavior in the evolution of financial variables, while the implementation of monetary policies has not been able to control the effects of the international financial markets. Globalization of these markets has led to an integration of economies. Rather than guaranty benefits this has led to an instability in monetary variables, mainly in the behavior of its stock market and the international value of its currency. Using a quantitative methodology (VAR) the relation and effect of the main monetary variables has been analyzed, using time series of monthly data for 22 years (261 observations). We analyzed the exchange rate behavior(peso-dollar), price index and market rates of the Mexican Stock Exchange, Mexico's international Levels of Reserve, Mexican Internal Debt and the interest rate in savings deposits. The purpose is to describe the types of financial crisis that Mexico has suffered during the last two decades and quantify their effect on monetary variables. Furthermore the paper makes contributions related to monetary policies.

JEL: E44, E47

KEY WORDS: Financial Crisis, Self-Regressive Vectors and Monetary Policy

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación documental pero con el enfoque de una metodología cuantitativa, específicamente a través del uso de la técnica de Vectores Autorregresivos (a partir de este momento VAR), analiza la situación económica de México a través de la evolución de sus

principales variables financieras y monetarias, con el objetivo de describir su efecto en el resto de las variables y asociando a su vez con el sector productivo de esta economía.

Las tendencias mostradas en las variables estudiadas, dejan ver la existencia de una posible recaída de la economía mexicana, no obstante para poder hacer dicha aseveración, fue necesario el desarrollo del modelo VAR que permitiera reforzar este argumento.

De igual forma, en la sección de revisión literaria, se describen los argumentos de autores que han realizado investigaciones recientes en torno a este tópico, para comparar dichos resultados con los generados por la presente investigación. También se hicieron una serie de analogías entre los acontecimientos de Estados Unidos, en cuanto al comportamiento de ciertas variables financieras o económicas y el mismo tipo de variables pero para el caso de México.

En la sección de Metodología se explican las etapas y pruebas a las cuales fueron sometidas las series de tiempo de las variables monetarias utilizadas para la construcción del modelo VAR de primer orden (1 rezago), así como técnicamente, que es lo que se esperaba de la herramienta llamada función impulso – respuesta y como habría que interpretarse.

A través de la sección de resultados, se vierten las interpretaciones de los principales indicadores generados, tratando de vincular con la situación financiera actual, para finalmente hacer una serie de aportaciones en materia de política monetaria, encaminadas a enfrentar la crisis financiera Mundial iniciada desde mediados del 2008 por Estados Unidos y que ha afectado a todo el Mundo.

REVISIÓN LITERARIA

En esta sección se encontrará algunos de los principales argumentos planteados en trabajos de investigación recientes, que destacan el impacto que ha tenido la crisis financiera Mundial, en los países de América Latina, pero principalmente en el caso de México.

Uno de los argumentos más reiterativos en la bibliografía, tienen que ver con el hecho de que; El origen de la crisis se halla principalmente en el exceso de gasto y del endeudamiento por parte de los estadounidenses, estimulado por bajas tasas de interés (Zurita, 2009). Por lo que se puede decir, que el epicentro de esta crisis fue Estados Unidos, no obstante, sus efectos no fueron ajenos a los países latinoamericanos, sobre todo para México.

Aparentemente la abundancia de liquidez promovida principalmente por las facilidades de crédito en los mercados internos y en el caso de los mercados externos por el exceso de liquidez financiado por países asiáticos, genero una situación de exceso de demanda ficticia de bienes inmuebles y activos financieros.

Desde mediados de 2005 y durante 2006 el alza en el costo del crédito comenzó a impactar en el mercado inmobiliario y el boom de los bienes y raíces comenzó a desinflarse. La cartera de los créditos subprime comenzó a crecer marcadamente. La baja de precios y las altas tasas de interés tuvieron como efecto que muchas personas cayeran en cartera vencida, en particular en el sector de los créditos hipotecarios llamados subprime (Zurita, 2009).

La crisis financiera y sus secuelas han cambiado radicalmente el escenario internacional y ese cambio está reclamando respuestas adaptativas en el plano de las políticas e institucional. La inestabilidad global que disparó el colapso del mercado de hipotecas norteamericanas interrumpió una dinámica de alto crecimiento en la economía mundial (Albrieu, 2010).

La crisis financiera se transformó en una crisis de la producción y de empleo en Estados Unidos porque el sistema bancario suspendió de manera súbita los flujos de crédito, por lo que toda la actividad económica que depende del crédito para operar tuvo que detenerse (Zurita, 2009).

Contrario a lo que pudiese pensarse antes de esta crisis, el Fondo Monetario Internacional estimó que para el 2012 las economías emergentes producirían más que las economías avanzadas, en términos de bloques (Albrieu, 2010).

A nivel global, el sector financiero se ha expandido a la actividad de la economía real, modificando políticas y conceptos que eran considerados como inamovibles en la estructura del sistema financiero global y de la política económica respecto a los mercados (Zurita, 2009).

La contracción en el nivel de actividad tuvo dos consecuencias de fundamental importancia para la economía real: la elevación en la tasa de desempleo y la caída en el ritmo de acumulación de capital físico y/o producción nacional (Albrieu, 2010).

Los mecanismos de contagio de las turbulencias financieras norteamericanas hacia el resto del mundo fueron múltiples y abarcaron mecanismos tanto reales como financieros. Del lado de las finanzas, el efecto más directo se relacionó con la operación de los bancos globales en los mercados financieros de alto riesgo de otros países, aunque el contagio se limitó a países desarrollados como Alemania y los Países Bajos (Acharya y Schnabl, 2010, citados por Albrieu, 2010).

“En el caso latinoamericano, el auge que se experimentó entre 2003 y 2007, basado en una combinación inusual de auge financiero, bonanza excepcional de precios de productos básicos y altos niveles de remesas de trabajadores, también ha llegado a su fin. Y a lo largo de 2008 varias economías de la región experimentaron una desaceleración importante, entre ellas México, Colombia, Venezuela y casi todas las economías más pequeñas de Centroamérica y el Caribe”. (Ocampo, 2009:2)

Sin embargo, el efecto indirecto tuvo repercusiones a nivel mundial, incluso en las economías sanas macroeconómicamente hablando, ya que la desconfianza en los mercados de valores de las economías desarrolladas y la caída en el financiamiento externo, provocó que la crisis se desplazara a todas las economías del orbe.

Esto de alguna forma pudo beneficiar a las economías latinoamericanas y explicar de forma parcial, porque estos países no vieron caídas tan drásticas en sus mercados de valores como en las economías de primer mundo, es decir algunos inversionistas especuladores pudieron mover sus capitales a economías con menos inestabilidad financiera en sus mercados de valores, manteniéndose así tasas de interés más estables que en otros países como los europeos.

Los países afectados han sido aquellos que dependen, en mayor proporción, de las exportaciones golpeadas por caídas en sus precios. También se ven perjudicadas aquellas naciones que deben financiar déficit mayor o que están lejos de manejar políticas económicas sanas. Infortunadamente, la mayoría de los países latinoamericanos cumplen con las tres condiciones, y es por esto que la región se ha visto fuertemente afectada (Lapper, 1998, citado por Herrera, 2010).

Para el caso de México, el choque externo ha sido directamente en la actividad económica real, vía contracción de exportaciones e importaciones, así como en la reducción de remesas, ya que los efectos de mayor impacto estuvieron asociados con la sincronizada y profunda caída en el volumen del comercio internacional (Zurita, 2009).

De igual forma, la economías latinas, no han tenido la capacidad de las Asiáticas para hacer frente a las variaciones en el precio internacional del dólar, sin embargo, hay que analizar las tendencias de las variables monetarias para determinar si sus efectos son de corto o largo plazo y por ende si la capacidad macroeconómica de México, garantizará una recuperación sólida y no solamente coyuntural.

Históricamente México ha experimentado crisis financieras desde 1976, pero apegándose al periodo de estudio de esta investigación, se puede decir que la primera crisis de este periodo de tiempo (1980 – 2012) fue la de 1981, ya que los precios del petróleo comenzaron a disminuir y los capitales a salir.

El gobierno mantuvo la paridad cambiaria, las tasas de interés sufrieron un alza a nivel internacional, lo que hizo aún más atractiva la salida de capitales. Además, casi la mitad de la deuda externa del país vencía en 1982. Para marzo de 1982, la situación fue insostenible y la paridad cambiaria pasó de 24.51 a 57.18 pesos por dólar (Banda y Chacón, 2005:446).

Si comparamos los orígenes de esta crisis, con los orígenes de la crisis vivida por México durante el año 1994, podemos señalar que en ambos casos el problema de México ha sido la deuda, no obstante en el año de 1994 el origen fue la deuda pública basada o denominada en divisa extranjera (Banda y Chacón, 2005:445). Actualmente la deuda de México, es considerada principalmente deuda pública interna y que su pago no está indexado al tipo de cambio. Lo que hace que las especulaciones cambiarias no afecten con igual magnitud la estabilidad económica de México.

No obstante, los problemas de deuda pública externa de México, no fueron los únicos que originaron la crisis de 1994, según P. Krugman (1996) establece que la causa de la crisis de 1994 ha sido principalmente a que el tipo de cambio real estaba sobrevaluado. Para G. Calvo y E. Mendoza (1996) la crisis financiera fue una crisis de Cuenta de Capital. La inquietud de los inversionistas por conseguir ganancias a corto plazo, originó la desconfianza en el país y la crisis. Específicamente, R. J. Barro (1996) menciona que la vasta expansión del crédito interno después de octubre de 1994 pareció un intento por mantener el valor en dólares de los bonos del gobierno y los depósitos bancarios. Lo anterior, se traduce en una disminución en las reservas internacionales (Rodríguez y Klender: 2008:41).

Como parte de la revisión literaria se analizaron los resultados de algunos trabajos similares para el caso de México y de economías latinas. Para iniciar se presenta a continuación las aportaciones hechas por Carlos Capistrán, en un documento de investigación publicado por el Banco de México.

Capistrán junto con Ibarra y Ramos-Francia, analizaron el traspaso de movimientos en el tipo de cambio a diferentes índices de precios en México. El análisis se basa en un modelo de vector autorregresivo (VAR) para datos mensuales de enero de 1997 a diciembre de 2010. Los efectos del traspaso se calculan utilizando los impulsos respuesta acumulados de un choque al tipo de cambio que se identifica mediante el método recursivo. Los resultados muestran que el traspaso a los precios de las importaciones es completo, pero que el grado de traspaso disminuye a lo largo de la cadena de distribución de tal forma que el impacto sobre los precios al consumidor es menor al 20 por ciento (Capistrán, Ibarra y Ramos-Francia, 2011).

En la investigación de Moisés J. Schwartz y Alberto Torres (2002), se presenta evidencia de que las acciones restrictivas de la política monetaria en México disminuyen tanto las expectativas de inflación de los agentes económicos como la percepción de riesgo país. Asimismo, el análisis muestra que en el régimen monetario vigente en México, la intensidad de la restricción monetaria en un momento determinado se identifica a través de la evaluación conjunta del nivel objetivo de los saldos acumulados de las instituciones de crédito en el Banco de México (“corto”) y del comportamiento de las tasas de interés de corto plazo, utilizando un modelo VAR.

Elena Grubisic, para el caso de Argentina realizó un análisis de varios agregados monetarios con el objetivo de poder describir su comportamiento, cuantificar su relación con otras variables económicas y en base a esto obtener pronósticos de su comportamiento futuro. En este trabajo los agregados considerados son: Billetes y Monedas, Depósitos en Cuenta Corriente, Depósitos en Caja de Ahorro y Depósitos a Plazo Fijo, considerados tanto en pesos como en moneda extranjera, para el período 1993-1999. En este trabajo se encontró que el crecimiento de la economía y la entrada de capitales determinan el movimiento de algunos depósitos y las tenencias de efectivo. A su vez se observó una fuerte influencia de la percepción del nivel de riesgo país sobre la mayoría de los agregados monetarios (Grubisic y Manteiga, 2000). En este caso, la metodología utilizada también fue un modelo de vectores autorregresivos.

Por otro lado, a través de un documento publicado por el Banco Central de Chile, Mies Verónica recurrió a un modelo VAR para evaluar el impacto de la política monetaria sobre el producto y la inflación a lo largo de la última década, y la descomposición de este impacto a escala sectorial, para ello, utilizó la evolución temporal de las funciones de impulso-respuesta. Con ello, refrendo el hecho de que la política monetaria tiene efectos sobre el sector real de la economía (Mies, Morandé y Tapia, 2002).

Por último, se revisó el trabajo de Alejandro Pavel Vidal, en el que analiza los objetivos e instrumentos de la política monetaria actual en Cuba. Se describen las transformaciones financieras de los años noventa, así como aspectos institucionales y características de los mercados que condicionan la nueva estrategia monetaria del Banco Central de Cuba. Se estima un modelo de Vectores Autorregresivos (VAR) con una identificación estructural, con el objetivo de encontrar evidencia empírica sobre los mecanismos monetarios de transmisión (Pavel, 2008).

Con la revisión literaria realizada, se puede afirmar que la política monetaria ha sido y seguirá siendo un objeto de estudio, sobre todo porque se espera que los bancos centrales como en el caso de México, con la autonomía que los caracteriza, tengan un mayor efecto sobre el sector real de la economía que la capacidad que ha demostrado tener la política fiscal aplicada en este país, durante los últimos años.

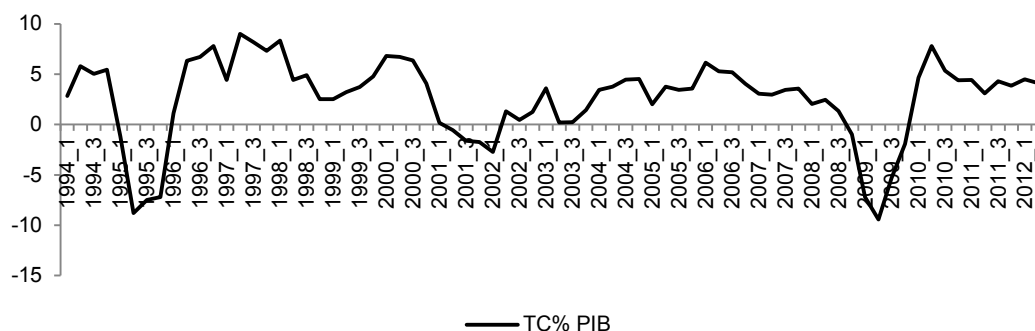
Además, se coincide en que el tipo de cambio (variable considerada en casi todas las investigaciones revisadas) es una variable vinculada con el nivel de deuda y reservas internacionales, situación que también se aborda en este trabajo.

Después de la revisión del estado del arte, se procedió a analizar la situación y tendencia de las siguientes variables económicas para el caso de México: La tasa de crecimiento de la producción nacional, a través de la tasa de crecimiento porcentual del PIB a precios de 2003; El cambio porcentual en el valor del IPC de la Bolsa Mexicana de Valores; La tasa de inflación y de interés, así como la de desempleo, desde el año 2003 a la fecha, tratando de identificar patrones y tendencias similares a las de Estados Unidos antes de la crisis del 2008.

A continuación, se muestra la evolución de dichas variables a través de su representación gráfica. Por ejemplo, en el caso del crecimiento del PIB mexicano, en la Figura número 1, se puede apreciar que el efecto de la crisis fue aparentemente coyuntural, ya que para mediados de 2010, la economía mostró signos de crecimiento, no obstante desde finales de 2011, las tasas de crecimiento volvieron a caer y el comportamiento errático durante el año 2012, deja ver que los efectos de la crisis aún no desaparecen.

Otro de los argumentos redundantes que se presentan en los diferentes trabajos de investigación revisados, indica que en la economía estadounidense se fomentó tanto el consumo, que se presentó un exceso de demanda, pero provocado por el endeudamiento o uso de los mecanismos de crédito.

Figura 1: Tasa de Crecimiento Porcentual del PIB de México (1994 – 2012)

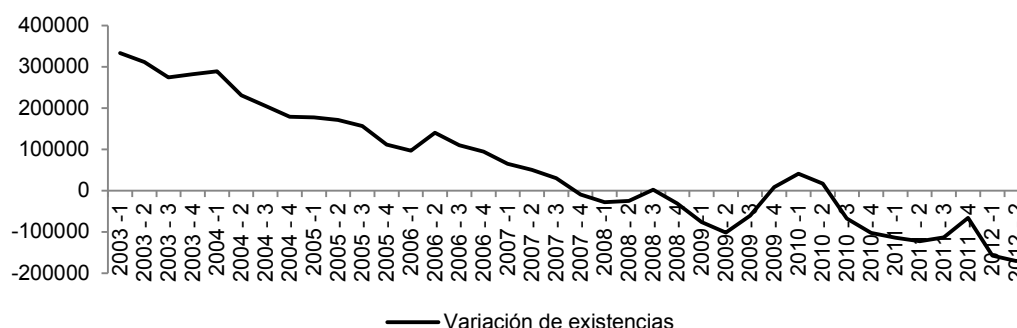


Fuente: Construcción propia a partir de información estadística del Banco de Información Económica del INEGI (BIE). La Tasa de crecimiento porcentual fue calculada respecto al trimestre del año anterior y de acuerdo a valores del PIB a precios de 2003. Los puntos de quiebre más claros corresponden a los periodos del segundo trimestre de 1995 y primer trimestre del año 2009.

En el caso de México, se puede observar en la Figura 2, que desde el tercer trimestre del año 2010, se encuentra en una situación de desequilibrio económico, es decir, la demanda es mayor que la oferta, esto considerando el cálculo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) de la variación de existencias, que es equivalente al diferencial entre la oferta o producción de bienes generada anualmente menos la utilización de bienes y servicios (demanda de bienes).

A pesar de la claridad con la que se percibe una situación de exceso de demanda en la economía mexicana, no se puede afirmar que esta, al igual que en Estados Unidos sea por un exceso de consumo, ya que esta situación de desequilibrio, también pudo ser generada por una caída en el sistema productivo del país, es decir una disminución en la oferta. Por ello, se procedió a observar el comportamiento de la tasa de desempleo, que al igual que el PIB, nos brindan información al respecto.

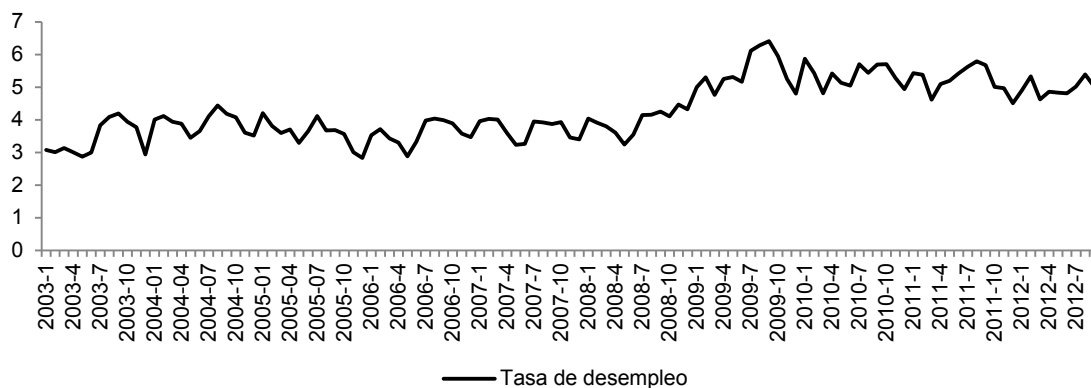
Figura 2: Variación de Existencias (Oferta Menos Demanda)



Fuente: Construcción propia utilizando información sobre variación de existencias publicada electrónicamente en el Banco de Información Económica del INEGI. La línea horizontal representa el equilibrio de mercado: Oferta igual a demanda, por lo que valores por debajo de la línea representan una situación de exceso de demanda.

Tratando de reforzar la idea de este análisis, se asoció el comportamiento de desempleo y variación de existencias con el nivel de inflación en México, la cual durante los meses del último año, han presentado una tendencia alcista, que por supuesto también puede ser resultado del exceso de demanda presentado en la economía mexicana.

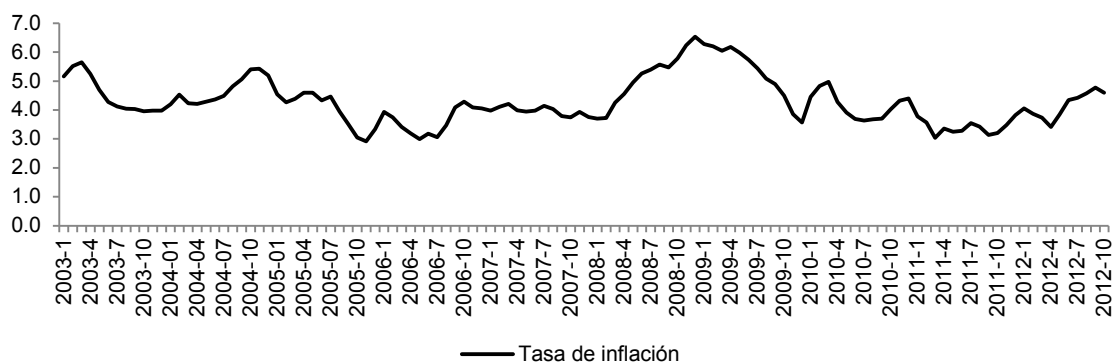
Figura 3: Tasa de Desempleo en México (2003 – 2012)



Fuente: Construcción propia utilizando información publicada electrónicamente en el Banco de Información Económica del INEGI. A partir de los últimos meses del año 2009, se puede apreciar una tendencia a la baja en la tasa de desempleo del país, lo que coincide con la primera aparición de exceso de demanda, (la cual puede ser observada en la Figura 2), no obstante, la tasa promedio de desempleo de acuerdo a ese periodo, es mucho mayor que el desempleo presentado antes de iniciar el año 2008.

Sin embargo, para no hacer ninguna aseveración adelantada, hay que recordar que en el caso de México, la inflación es determinada en gran medida por el tipo de cambio o valor del dólar estadounidense. Lo anterior, cambiaría el escenario, ya que desde finales del 2008, el valor del dólar frente al peso mexicano se ha estado apreciando, generándose una devaluación del peso, como se observa en la Figura 5, que se presenta más adelante.

Figura 4: Inflación en México (2003 – 2012)

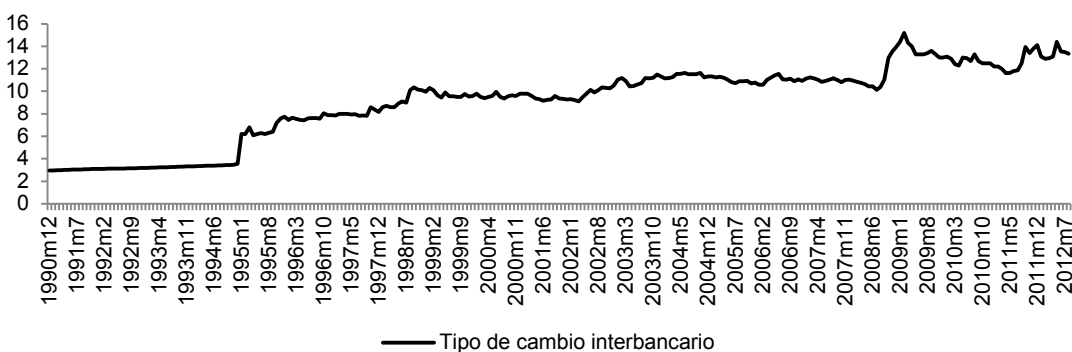


Fuente: Construcción propia utilizando información publicada electrónicamente en el Banco de Información Económica del INEGI. Las tasas de inflación generadas en los meses del año 2008 y 2009, fueron mayores a las que actualmente se presentan en el año 2012, sin embargo, puede ser preocupante observar de nuevo una tendencia alcista desde mediados del año 2011.

Como se argumentó anteriormente, el tipo de cambio tiene un fuerte efecto sobre la inflación mexicana, por ello, no podemos afirmar que el alza en las tasas de inflación obedezca al exceso de demanda de bienes interno, sino más bien a la inestabilidad cambiaria que se viene presentando desde finales del 2008 y a la caída en la producción de bienes.

No obstante, los efectos de la especulación cambiaria, no han sido de igual magnitud en el sector real de la economía mexicana, debido a la política monetaria implementada en cada momento en que se han presentado las crisis financieras en México, principalmente durante el periodo 1994- 1995 y 2008 – 2009.

Figura 5: Tipo de Cambio Bancario (1990 – 2012)



Fuente: Construcción propia utilizando información publicada electrónicamente en el Banco de Información Económica del INEGI. A pesar de la relativa recuperación de la moneda mexicana frente al dólar, esta no ha podido mantener su valor estable, ya que desde mediados del año 2011, se ha visto una constante devaluación de la misma.

Si bien es cierto, la información empírica nos proporciona elementos para debatir y argumentar posibles tendencias en la economía mexicana, se considera que es necesario reforzar el estudio con elementos que permitan conocer mejor la relación entre las principales variables monetarias y por ende aportar conclusiones basadas en un estudio científico, específicamente un estudio cuantitativo de tipo econométrico que explique con mayor profundidad la relación y efecto que se da entre estas variables y poder sugerir si la economía mexicana en materia de política monetaria, esta implementando las estrategias necesarias para salir delante de esta crisis financiera que ha afectado a todas las economías del Mundo.

Esta técnica o herramienta econométrica, se le conoce como vectores autoregresivos, comúnmente aplicada en estudios de variables monetarias. Con esta herramienta se construyó un modelo incorporando cinco variables que se auto expliquen entre ellas exclusivamente para el caso mexicano en el periodo de 1990 a 2012.

Por lo que a continuación, se explica el procedimiento para la construcción del modelo planteado, para la explicación del funcionamiento del mercado financiero mexicano y su relación con el sector real de la economía.

METODOLOGÍA

Pensando en la pertinencia del modelo, se decidió aplicar un modelo de Vectores Autorregresivos de orden uno (por ser de un rezago), ya que “este tipo de modelos, representan la forma reducida de un modelo estructural y permiten incorporar elementos dinámicos sin necesidad de especificar el modelo econométrico estructural subyacente. Esta característica resulta especialmente útil cuando las economías han estado experimentando shocks que debilitan la capacidad explicativa y predictiva de los estructurales” (Sims, 1986:15, citado por Olivas, 2000: 31)

Los usos generalmente señalados para los modelos VAR son dos; el explicativo, para evaluar empíricamente las relaciones entre las variables y el de pronóstico. En este caso, el objetivo de la investigación implica que se use el modelo VAR para evaluar las relaciones entre las variables.

El desarrollo metodológico de esta investigación se dividió en tres etapas. La primera de ellas, radica en la selección de las principales variables que expliquen el comportamiento del mercado financiero

mexicano, asegurándose previamente de la aplicación de pruebas estadísticas de estacionalidad y autocorrelación. Así como de la conversión o preparación de las variables que lo ameriten, para su incorporación en el modelo y aseguran con ello, una explicación estadísticamente significativa.

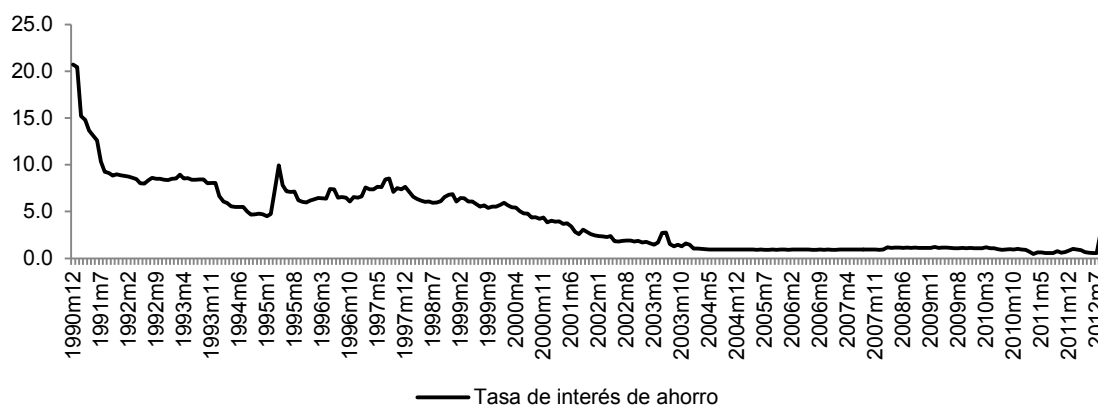
Dentro de la primera etapa se seleccionaron las siguientes variables que se relacionan entre sí en el mercado financiero y que por ende pueden explicar su efecto hacia el mercado de bienes. Esas variables son: 1. Tasa de interés de ahorro, 2. Tipo de cambio (peso – dólar), 3. Deuda Interna del Gobierno Federal Mexicano, 4. Reservas internacionales y 5. Índice de precios y cotizaciones de la Bolsa Mexicana de Valores.

En el caso del tipo de cambio, ya se tuvo la oportunidad de ver su evolución en la sección de revisión literaria en la Figura 5, no obstante en el caso de la tasa de interés de ahorro, la deuda interna, reservas internacionales y el índice de precios y cotizaciones, se muestran por primera vez en esta sección del documento, en la Figura 6, que se muestra a más adelante.

En el caso de variables nominales es muy común detectar problemas de estacionalidad, como en el caso de la serie de tasa de interés en cuentas bancarias de ahorro, ya que a través de la grafica histórica que muestra la evolución de esta variable, se detectan cambios bruscos en la tendencia de dicha variable.

A diferencia de las tasas de interés, el comportamiento en las variables de reservas internacionales y la deuda interna mexicana, no muestra una tendencia clara, ya que su comportamiento es más errático, pero si es necesario señalar el cambio rotundo en las tasas de crecimiento porcentual de ambas variables que se presenta en el año 1995 y que visualmente podría llegar a considerarse una variable con corte estructural.

Figura 6: Tasa de Interés en Cuentas Bancarias de Ahorro

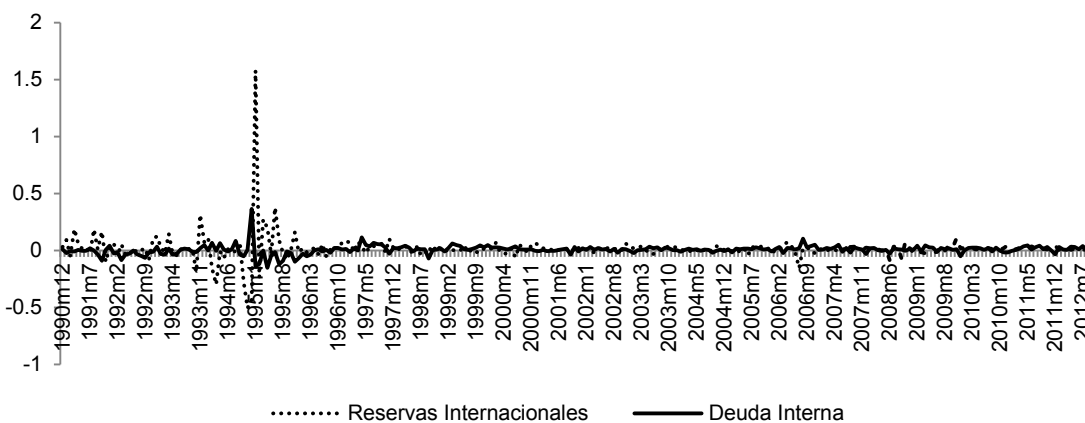


Fuente: Construcción propia a partir de información publicada de forma electrónica en el Banco de Información Económica del INEGI. El cambio en las tasas de interés presentado en la década de los noventas es bastante significativo, ya que la caída en dichas tasas respecto a las experimentadas en los años de la década del 2000 al 2010, es casi 10 veces más. Sin embargo, preocupa que para mediados del año 2012, se presentó un cambio abrupto en esta variable que llevó a incrementar las tasas del casi 2% aproximadamente a casi el 4% de interés anual, para este tipo de cuentas. Lo que coincide con el comportamiento de las tasas de interés de Estados Unidos a finales de 2008.

En el caso del mercado financiero mexicano, se puede observar a través de su principal indicador; el índice de precios y cotizaciones, que es capaz de absorber y detectar los problemas económicos y transferirlos al comportamiento de este indicador.

Al observar la Figura 8, se aprecia claramente que en los periodos de las mayores crisis económica de México, el mercado financiero se contrajo y el precio de sus acciones cayó, así como el volumen de activos operados en esos periodos de inestabilidad económica.

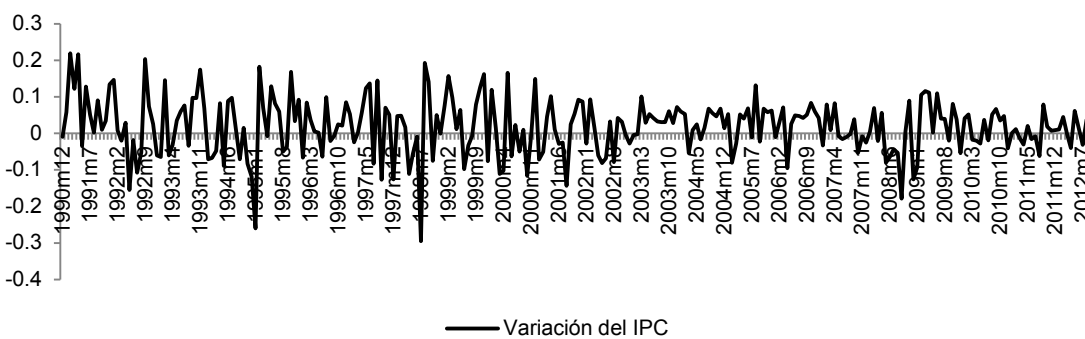
Figura 7: Comparativo de las Reservas Internacionales y la Deuda Interna Mexicana (1990 – 2012)



Fuente: Construcción propia a partir de información publicada de forma electrónica en el Banco de Información Económica del INEGI. El cálculo de esta serie, es a partir de la variación porcentual mostrada respecto al mes anterior. El comportamiento errático de esta variable se enfatiza en el año de 1995, como resultado de la crisis económica vivida por este país.

Si se utilizará el mercado de valores como un termómetro de las condiciones económicas y expectativas de los agentes económicos, se puede indicar que actualmente o por lomenos para mediados del año 2012, las expectativas de los inversionistas y agentes económicos que intervienen en este mercado accionario, son buenas o con tendencia alcista, que las tasas de crecimiento mensual del IPC respecto al mes anterior, son positivas.

Figura 8: Variación Porcentual del Índice de Precios y Cotizaciones de la Bolsa Mexicana de Valores (1990 – 2012)



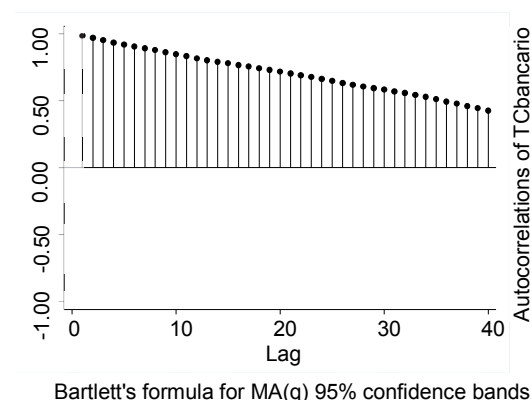
Fuente: Construcción propia a partir de información publicada de forma electrónica en el Banco de Información Económica del INEGI. Obsérvese que en los periodos de 1995, 1998 y 2008 – 2009, las caídas del mercado respecto al mismo periodo del año anterior son mayores al 1.5%, no obstante a diferencia de las variables monetarias mostradas en las Figuras anteriores, en esta variable no se aprecia una caída abrupta durante los meses del año 2012.

Como ya se había mencionado anteriormente, las series de tiempo pueden presentar problemas de estacionalidad o raíz unitaria, por lo que se deben aplicar pruebas estadísticas que detecten esta situación y lo que es mejor, corregir dicho fenómeno para garantizar la capacidad explicativa de las variables.

No obstante, el programa STATA permite a través del uso de la construcción de correlogramas identificar visualmente si una serie estadística es estacionaria y por ende si no tiene existencia de raíz unitaria. Esta última se puede presentar e identificar en series de tiempo monetarias.

Un ejemplo clásico de este tipo de series con problemas de correlación y raíz unitaria, es el tipo de cambio, por lo que en la Figura 9 se muestra el correlograma construido para el caso del tipo de cambio y con el cual se detectó problemas de autocorrelación y raíz unitaria. En el caso de la tasa de interés para depósitos de ahorro y deuda interna, también se detectó autocorrelación.

Figura 9: Autocorrelación de las Series: Tipo de Cambio Bancario



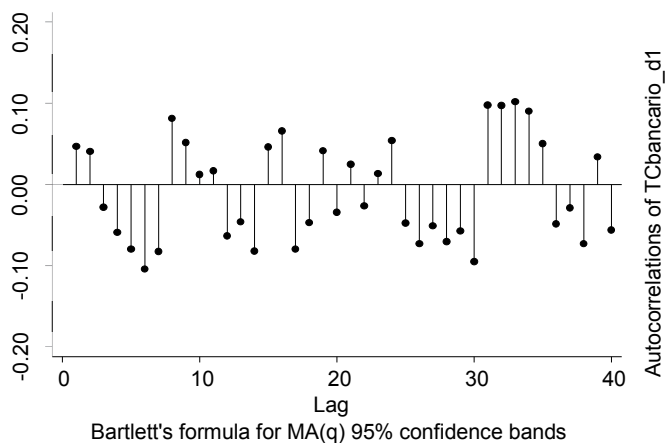
Fuente: Construcción propia a partir de información publicada de forma electrónica en el Banco de Información Económica del INEGI y la utilización del test de cointegración, aplicado a través del programa computacional; Stata. Para determinar si una serie de tiempo, cuenta con problemas de raíz unitaria, la prueba o test de cointegración marca que los valores de los rezagos generados para estas variables, deben estar dentro del intervalo de confianza que en este caso oscila entre 0.8 y -0.8, por lo que esta variable no cumple con esta condición, hasta el rezago número 20, lo que permite concluir que la serie de tipo de cambio bancario es una serie no estacionaria o autocorrelacionada.

A diferencia de las tres variables de anteriores, la series de crecimiento porcentual del índice de precios y cotizaciones de la bolsa mexicana de valores y la tasa de crecimiento de las reservas internacionales del mismo país, muestran un comportamiento diferente, ya que desde los primeros rezagos se observa que sus valores están dentro del intervalo de confianza construido para este test por el mismo programa computacional.

Como ya se había mencionado, en el caso de las variables: Tipo de cambio, deuda interna y tasas de interés para depósito de ahorro, se detectó problemas de autocorrelación y raíz unitaria, por lo que se procedió a corregir las series para garantizar su capacidad explicativa dentro del modelo de vectores autorregresivos, por lo que se generaron tres nuevas variables derivadas de la primeras, a través del cálculo de su primera diferencia.

Después de este procedimiento estadístico, se procedió de nuevo a aplicar la prueba de cointegración a dichas variables y su resultado evidentemente fue el esperado, como se puede observar en la siguiente Figura, donde de nuevo se grafica los valores de autocorrelación generados por la prueba correspondiente para la serie de tipo de cambio bancario después de calcular su primera diferencia (TCbancario_d1) y en este caso se observa como sus valores están dentro del intervalo de confianza, el cual oscila entre 0.15 y -0.15, por lo que se puede afirmar que después de calcular su primer diferencia se corrigió el problema de autocorrelación o existencia de raíz unitaria.

Figura 10: Autocorrelación de las Series en su primera diferencia: Tipo de Cambio Bancario, tasa de interés en depósitos de ahorro y Deuda Interna de México.



Fuente: Construcción propia a partir la utilización del programa computacional; Stata. En este caso, obsérvese que la variable que anteriormente no había pasado la prueba de estacionalidad, después de generársele la primera diferencia y volver a aplicar dicha prueba, está ya fue superada por la nueva variable. Este procedimiento se aplicó al resto de las variables que tenían problemas de estacionalidad, logrando así tener listas las cinco variables para la construcción del modelo VAR.

Para la construcción del modelo VAR y el uso del programa STATA, las variables monetarias de México se renombraron teniendo en cuenta el cálculo de su primera diferencia, así como el uso de las abreviaturas para las cinco variables del modelo, las cuales se enlistan en la siguiente tabla.

Tabla 1: Abreviaturas de las Variables Incorporadas en el Modelo VAR

Variable	Abreviatura
Deuda interna	Deuda_d1
Tasa de interés de ahorro	Tlahorro_d1
Tipo de cambio interbancario	TCbancario_d1
Índice de precios y cotizaciones de la Bolsa Mexicana de Valores	ipc
Reservas internacionales	reserv

Las tres primeras variables enlistadas en la tabla, cuentan con la adición (_d1) ya que fueron generadas para su incorporación en el modelo VAR, mientras que el resto se incorporaron sin un tratamiento especial. En ambos casos y por practicidad, fueron renombradas utilizando abreviaturas, por lo que a partir de este momento, las interpretaciones y resultados serán de acuerdo a la abreviatura asignada.

La segunda etapa, consistió en determinar el rezago óptimo del modelo, que en esta ocasión se determinó a partir de la aplicación de la prueba de Granger y que de acuerdo a la misma se determinó que un solo rezago es el óptimo.

Por ello, el modelo VAR construido es de cinco bloques de vectores de ecuaciones. Este modelo se puede expresar algébricamente o de forma estructural de la siguiente manera:

$$\begin{aligned}
 Deuda_{d1} = & \alpha_{10} + \alpha_{11} TCbancario_{d1} + \alpha_{12} Tlahorro_{d1} + \alpha_{13} ipc + \alpha_{14} reserv \\
 & + \alpha_{11} Deuda_{d1t-1} + \alpha_{12} TCbancario_{d1t-1} + \alpha_{13} Tlahorro_{d1t-1} \\
 & + \alpha_{14} ipct-1 + \alpha_{15} reservt-1 + \varepsilon Deuda_{d1} + \varepsilon Deuda_{d1t-1}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 TCbancario_{d1} &= \alpha_{20} + \alpha_{21} Deuda_{d1} + \alpha_{22} Tlajorro_{d1} + \alpha_{23} ipc + \alpha_{24} reserv \\
 &+ \alpha_{21} TCbancario_{d1t-1} + \alpha_{22} Deuda_{d1t-1} + \alpha_{23} Tlajorro_{d1t-1} \\
 &+ \alpha_{24} ipct - 1 + \alpha_{25} reservt - 1 + \varepsilon TCbancario_{d1} + \varepsilon TCbancario_{d1t-1} \\
 Tlajorro_{d1} &= \alpha_{30} + \alpha_{31} Deuda_{d1} + \alpha_{32} TCbancario_{d1} + \alpha_{33} ipc + \alpha_{34} reserv \\
 &+ \alpha_{31} Tlajorro_{d1t-1} + \alpha_{32} TCbancario_{d1t-1} + \alpha_{33} Deuda_{d1t-1} \\
 &+ \alpha_{34} ipct - 1 + \alpha_{35} reservt - 1 + \varepsilon Tlajorro_{d1} + \varepsilon Tlajorro_{d1t-1} \\
 ipc &= \alpha_{40} + \alpha_{41} Deuda_{d1} + \alpha_{42} TCbancario_{d1} + \alpha_{43} Tlajorro_{d1} + \alpha_{44} reserv \\
 &+ \alpha_{41} ipct - 1 + \alpha_{42} TCbancario_{d1t-1} + \alpha_{43} Tlajorro_{d1t-1} \\
 &+ \alpha_{44} Deuda_{d1t-1} + \alpha_{45} reservt - 1 + \varepsilon ipc + \varepsilon ipct - 1 \\
 reserv &= \alpha_{50} + \alpha_{51} Deuda_{d1} + \alpha_{52} TCbancario_{d1} + \alpha_{53} Tlajorro_{d1} + \alpha_{54} ipc + \\
 &\alpha_{51} reservt - 1 + \alpha_{52} Deuda_{d1t-1} + \alpha_{53} TCbancario_{d1t-1} + \alpha_{54} Tlajorro_{d1t-1} + \\
 &\alpha_{55} ipct - 1 + \varepsilon reserv + \varepsilon reservt - 1 \tag{1}
 \end{aligned}$$

Donde;

$\alpha_{10}, \alpha_{20}, \alpha_{30}, \alpha_{40}, \alpha_{50}$, representan el valor de la constante en cada uno de los vectores o ecuaciones. El subíndice de cada coeficiente asignado a las variables indica el número de vector y número de variable.

Es importante recordar, que el modelo es de orden (t-1), lo que significa que las cinco variables pueden auto determinarse, de acuerdo a los valores del periodo anterior, por ello;

$Deuda_{d1t-1}$ = El valor de la deuda interna pública en el periodo anterior (mes anterior).

$TCbancario_{d1t-1}$ = El valor del tipo de cambio bancario en el periodo anterior.

$Tlajorro_{d1t-1}$ = El valor de la tasa de interés para depósitos de ahorro de periodo anterior.

$ipct - 1$ = Valor del índice de precios y cotizaciones de la Bolsa Mexicana de valores del periodo anterior

Mientras que el símbolo ε , indica el valor de los errores estimados de cada vector o ecuación de la variable calculada.

Después de correr el modelo VAR que se presenta en su forma estructural a través de la ecuación 1, se procedió en una tercera etapa, a analizar los resultados del modelo para poder hacer una serie de aportaciones en materia de política monetaria y asociando los mismos resultados con las expectativas de desarrollo económico en este panorama actual de crisis financiera mundial.

Finalmente, considerando que se trata de un estudio de un periodo de tiempo específico, se puede afirmar que metodológicamente se trata de una investigación de corte transversal con un manejo de la información de tipo cuantitativa.

RESULTADOS

Los principales resultados de este proyecto de investigación, giran en torno a la información proporcionada por la técnica de función impulso – respuesta, al igual que las de causalidad de Granger, con las cuales se puede explicar mejor el efecto y magnitud que tienen cada una de las variables sobre el resto.

Técnicamente la función impulso – respuesta examina la interacción de las variables en una secuencia de periodos a través de los errores estándar del pronóstico. Es decir, se obtiene un impacto multiplicador sobre las variables a través del tiempo.

En el segundo caso; la causalidad, como su nombre lo indica determina si una variable “causa” a otra, en este sentido el tipo de cambio, las reservas internacionales y la deuda interna, son las variables que muestran mayor grado de causalidad sobre el resto de las variables del modelo. Mientras que las variables con menor poder explicativo y causalidad sobre el resto, son la tasa de interés de ahorro y el IPC del mercado de valores mexicano.

Lo anterior, es obvio si se considera que los mercados financieros responden a expectativas de mercado, pero no tienen inferencia directa sobre políticas económicas para la fijación de tasas, nivel de reservas o deuda. Sin embargo, estas últimas sí tienen la capacidad de generar cambios en las expectativas de los inversionistas de la Bolsa Mexicana de Valores y por ende, provocar caídas o incrementos en el mercado accionario.

De manera adicional, los resultados de la función impulso – respuesta, permiten concretar de manera conjunta, la explicación de todas estas variables y su relación. De acuerdo a los resultados arrojados por dicha función impulso – respuesta, la deuda interna es capaz de generar incrementos en el tipo de cambio o devaluación en el peso respecto al dólar hasta en un 8%, con una duración de hasta de dos meses, como se observa en la siguiente Figura ilustrativa.

Figura 11: Respuesta de la Variable Tipo de Cambio Ante un Impulso de la Variable Deuda Interna

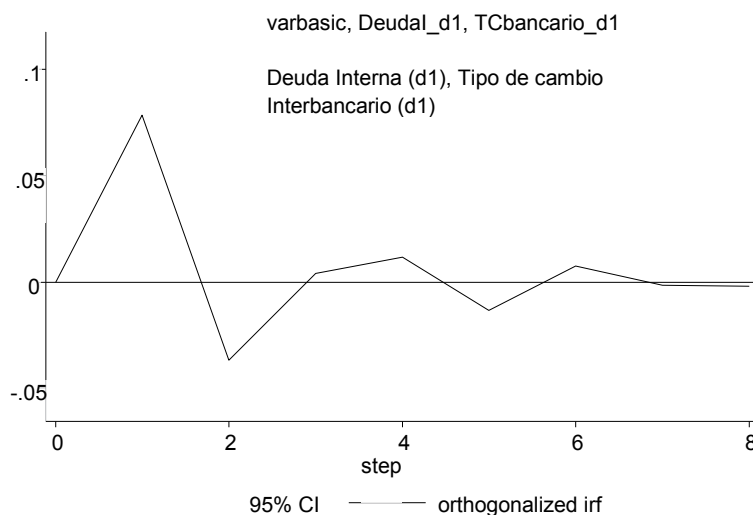


Figura- irfname, impulse variable, and response variable

Fuente: Construcción propia. Esta Figura simula el efecto que tendría el tipo de cambio si la deuda interna de México se incrementa en una proporción equivalente a su desviación estándar. Es decir, si la deuda interna aumenta en un 3.9 % respecto al periodo anterior, podría llegar a generar una variación en el tipo de cambio cercana al 8%. Lo anterior, también se puede interpretar de la siguiente forma: Si la deuda interna pública de México aumenta en un 3.9%, se puede provocar una devaluación de su moneda equivalente a un 8% de acuerdo al tipo de cambio bancario nominal.

Esta misma variable (deuda interna), tiene un efecto menor sobre las tasas de interés para ahorro (de casi el 5%), manteniéndose su efecto durante los primeros dos meses después del impulso provocado por el incremento de la deuda interna pública, de cerca del 4% (valor de la desviación estándar de esta variable).

Lo cual se ve reflejado en la Figura número 12, que se muestra más adelante. Esto puede ser relacionado con el hecho de que un indicador de las tasas de interés en México es la tasa de CETES (certificados de la tesorería federal) y a su vez, la deuda pública interna de este país se fija en un porcentaje considerable en función de la tasa de cetes.

Mientras que en el caso de las reservas internacionales, se pueden incrementar casi en un 10% durante los primeros dos meses, después de un incremento porcentual de la deuda interna de acuerdo a los resultados del modelo. En este caso, el efecto puede verse reflejado en la Figura ilustrativa número 13, que se muestra más adelante.

Figura 12. Respuesta de la Variable Tasa de Interés de Ahorro Ante un Impulso de la Variable Deuda Interna

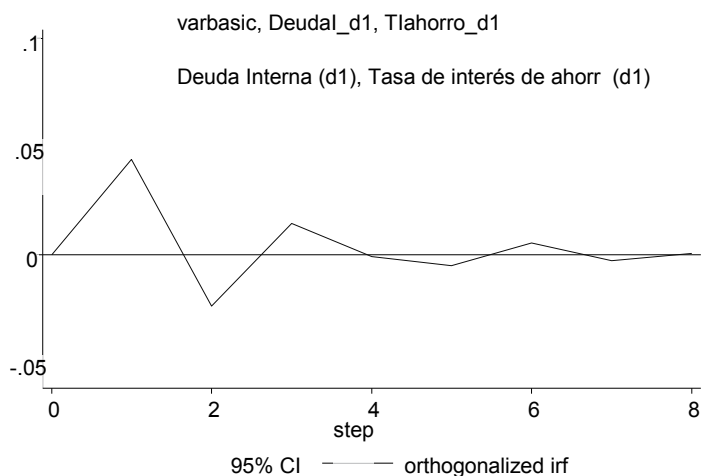


Figura- irfname, impulse variable, and response variable

Fuente: Construcción propia. Esta Figura simula el efecto que tendría la tasa de interés para depósitos de ahorro, si la deuda interna de México se incrementa en una proporción equivalente a su desviación estándar. Es decir, si la deuda interna aumenta en un 3.9 % respecto al periodo anterior, podría llegar a generar una variación en esta tasa de interés en un 5%. Este efecto desaparecería en un periodo de dos meses.

Como ya se había mencionado, las reservas internacionales pueden ser impulsadas ante el efecto de la deuda pública, como se aprecia a continuación.

El tipo de cambio, resulto ser una variable que causa incrementos en la variable de tasa de interés, lo que tiene sentido para la economía mexicana, ya que gran parte de las transacciones comerciales de este país se realizan en dólares y a su vez el costo relativo de las mercancías importadas (en dólares) determina de forma indirecta el costo del dinero o tasas de interés.

No obstante, las tasas de interés no tienen la misma capacidad para fijar o impactar al resto de las variables analizadas, solamente en una pequeña medida se provocaría disminuciones en las tasas de interés en un muy corto plazo, ya que su efecto no se extendería por más de un mes.

Figura 13. Respuesta de la Variable Reservas Internacionales Ante un Impulso de la Variable Deuda Interna

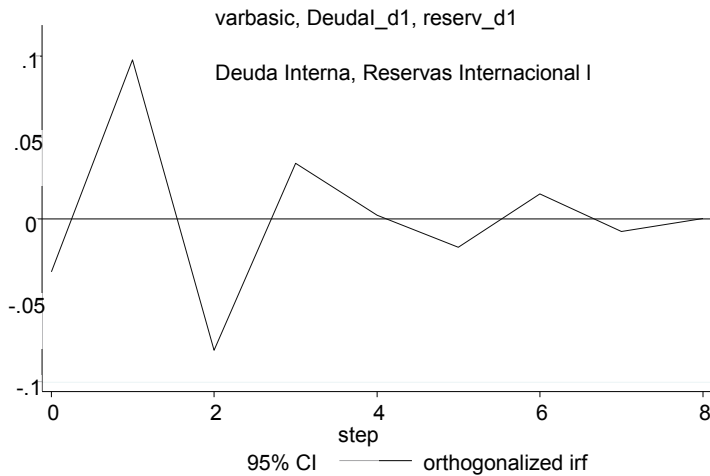


Figura- irfname, impulse variable, and response variable

Fuente: Construcción propia. Esta Figura simula el efecto que tendrían las reservas internacionales si la deuda interna de México se incrementa en un 3.9 % respecto al periodo anterior, el cual podría llegar a generar una variación en las reservas internacionales cercana al 10%, con una duración de menos de dos meses, para después revertirse el efecto, es decir disminuir pero en una proporción menor.

Figura 14: Respuesta de la Variable Tasa de Interés de Ahorro, Ante un Impulso de la Variable Tipo de Cambio Bancario

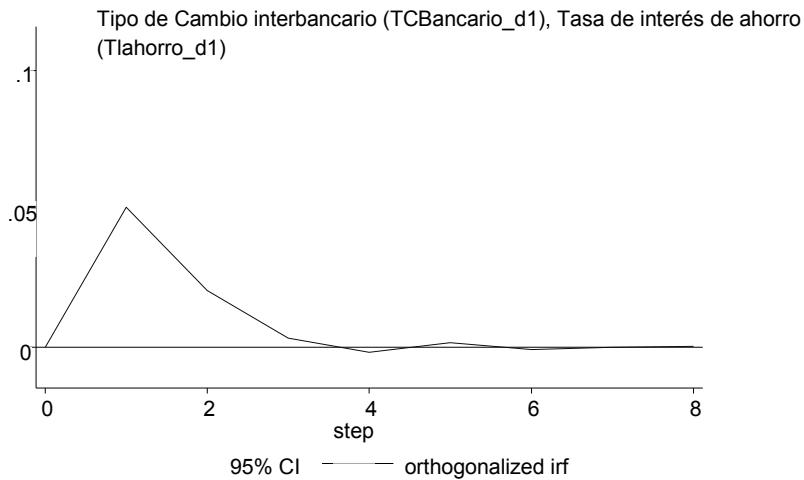


Figura - irfname, impulse variable, and response variable

Fuente: Construcción propia. Esta Figura simula el efecto que tendría la tasa de interés si el tipo de cambio peso -dólar, se incrementa se incrementa en un 20% respecto al periodo anterior, el cual podría llegar a generar una variación en la tasa de interés de ahorro en un 5%, con una duración de dos meses. Es decir una devaluación del peso puede provocar incrementos en el precio del dinero o tasa de interés hasta en un 5%.

Figura 15: Respuesta de la Variable Índice de Precios y Cotizaciones del Mercado de Valores Ante un Impulso de la Variable Tipo de Cambio

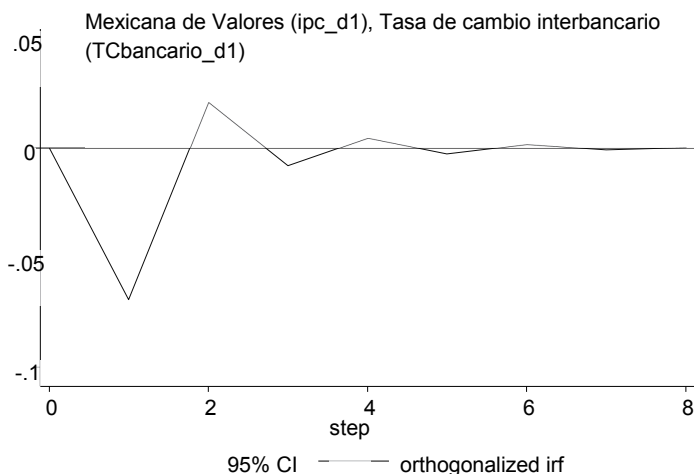


Figura- irfname, impulse variable, and response variable

Fuente: Construcción propia a través del manejo del programa computacional Stata y la aplicación de modelos correspondientes. En el eje vertical de las gráficas o eje y; se están graficando los posibles efectos en las variables a través de valores porcentuales, mientras que en eje horizontal se grafican los periodos de tiempo (en meses) en los que se verá la magnitud del efecto de las variables en el tiempo. Es decir un incremento del tipo de cambio o bien devaluación del peso mexicano, puede llegar a provocar disminuciones en el mercado de valores hasta en un 5%, reflejado a través del índice de precios y cotizaciones de la Bolsa Mexicana de Valores.

Pero el mercado financiero mexicano (de acuerdo a estos resultados) es más sensible a modificaciones en el valor del peso a nivel internacional, ya que una devaluación del peso frente al dólar, provocaría una disminución del índice de precios y cotizaciones de la bolsa mexicana de valores cercano al 7%, este efecto se asimilaría durante el primer mes, para después estabilizarse. Lo anterior, puede verse reflejado en la Figura 15.

Finalmente, las reservas internacionales resultaron ser una variable con influencia sobre el tipo de cambio bancario. Ya que incrementos en las reservas internacionales, pueden llegar a provocar una apreciación de la moneda mexicana o lo que es lo mismo, una disminución en el valor del dólar estadounidense.

CONCLUSIONES

De acuerdo a la bibliografía consultada, una de las razones por las que los países latinoamericanos presentaron problemas graves durante la crisis financiera provocada por Estados Unidos, fue principalmente por el nivel de endeudamiento de los países latinos, lo que significa que este estudio, desde el enfoque de VAR, confirma dicha afirmación, al resultar la variable “deuda interna” como la de mayor capacidad para causar efectos en el resto de las variables analizadas y además de provocar variaciones significativos en el tipo de cambio, tasas de interés de ahorro y nivel de reservas internacionales.

Los resultados de este trabajo coinciden con los resultados de la investigación de Rodríguez y Klender (2008), al señalar el tipo de cambio, la vasta expansión del crédito interno y la disminución de las reservas internacionales como elementos determinantes de la crisis vivida por México en 1994, en este sentido los mismos tres determinantes que se presentaron en 1994, siguen teniendo efectos en la crisis de 2008, solo que en este último caso, los efectos no fueron de igual magnitud en el sector real de la economía mexicana.

Una de las variables más recurrentes en las investigaciones consultadas durante la revisión literaria, es el tipo de cambio, el cual se estudió como determinante del nivel de precios de una economía o sobre las tasas de interés, pero para efectos de esta investigación, se asoció el tipo de cambio con el nivel de precios del sector financiero mexicano, al incorporar dentro del modelo VAR el índice de precios y cotizaciones de la Bolsa Mexicana de Valores, por lo que esto último se considera una de las aportaciones inéditas del este trabajo de investigación.

Por ello, las instituciones encargadas de determinar el nivel de venta de cetes, que es el instrumento de deuda más importante del Gobierno Federal de México, deberán replantearse la posibilidad de una disminución en la venta de este instrumento o garantizar un nivel de oferta de cetes, que mantenga estables los niveles de deuda y a su vez, la estabilidad de las tasas de interés y el tipo de cambio.

De igual forma, seguir fomentando la postura de ahorro nacional a través de incrementos en el nivel de reservas internacionales. En este caso, los esfuerzos de incrementar las reservas, no pueden depender de las expectativas de incrementos en los precios del petróleo, ya que esta es una variable exógena. No obstante el gobierno Federal si puede canalizar sus esfuerzos en aumentar de forma sustentable la producción de petróleo que de igual forma, impacta en incrementos en las reservas internacionales y lo que es mejor, en un excedente de recursos públicos que puede ser canalizados a los Estados de México y contribuir a un mayor crecimiento económico.

Retomando los resultados del modelo VAR, se justifica porque México en el periodo de 2008, que tenía estabilidad macroeconómica (bajas tasas de desempleo, incrementos en el nivel del PIB, tasas bajas de interés, niveles estables de deuda interna y altos niveles de reservas internacionales), no sufrió por mucho tiempo los embates de la crisis financiera Mundial, provocada por Estados Unidos. Esto no significa que el impacto no haya sido fuerte, más bien el argumento se refiere a la capacidad que tuvo México para volver a estabilizar dichas variables en un periodo de tiempo relativamente de corto plazo.

No obstante, de acuerdo a las tendencias mostradas a mediados del 2012 y siguiendo los resultados del modelo construido en esta investigación, en México podría revertirse esta estabilidad, si no se contienen los problemas de desempleo, si no se incrementa la capacidad productiva del país y se controla el endeudamiento interno.

En este sentido, de las variables que se estudiaron en el modelo y que pueden ser controladas por las instituciones gubernamentales y monetarias como en el caso del Banco de México, deberán canalizar sus esfuerzos a controlar la deuda vía cetes y aumentar las reservas internacionales. Si es necesario intervenir en el control del tipo de cambio a través de subasta de dólares, pero al mismo tiempo fomentar la reactivación de la economía productiva en coordinación con programas de política fiscal.

Finalmente es importante mencionar, que este tipo de trabajos permiten hacer aportaciones de acuerdo a los resultados arrojados, que corresponden a una determinada contemporaneidad y que no pueden usarse como recetas de cocina para otras economías, ya que su estudio se concreta al caso de México. Sin embargo, el cuantificar efectos en cualquier área de estudio siempre es una aportación valiosa, ya que permiten tener una idea más objetiva del fenómeno, además permiten ampliar el área de estudio al incorporar de manera empírica nuevas variables al modelo o bien actualizar el periodo de estudio.

BIBLIOGRAFÍA

Albrieu, R. y Fanelli, J. (2010), *La crisis global y sus implicaciones para América Latina*. Boletín Elcano (131), RIBEI, Buenos Aires, Argentina, 2010, Dirección
URL: www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/283ddc004520dd8d8f3cef64126b48f3/DT402010_

AlbrieuFanelli_Crisis_Global_America_Latina.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=283ddc004520dd8d8f3cef64126b48f3. Consulta en octubre del 2012.

Banda, H. y Chacón, S. (2005), *La crisis financiera mexicana de 1994: Una visión política – económica*. Revista Foro Internacional 181, XLV, 2005 Julio – Septiembre. Pp. 445 – 465. Extraído de dirección URL: http://codex.colmex.mx:8991/exlibris/aleph/a18_1/apache_media/NHC7916TP27UJQ_AHVXH8LUGRH75FY9.pdf, consulta en Enero de 2013.

Capistrán, C. (2011), *El Traspaso de Movimientos del Tipo de Cambio a los Precios: Un Análisis para la Economía Mexicana*, Documento de investigación del Banco de México, Diciembre 2011. Extraído de dirección URL: <http://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-discursos/publicaciones/documentos-de-investigacion/banxico/%7B57637DF3-6EBA-7675-B248-B31A63615E3D%7D.pdf>, consulta en enero de 2013.

González, Z. (2009), *La crisis financiera y económica del 2008. Origen y consecuencias en los Estados Unidos y México*, El Cotidiano, núm. 157, septiembre-octubre, 2009, Universidad Autónoma Metropolitana, Distrito Federal, México, Dirección de consulta URL <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/325/32512739003.pdf>. Consulta en Noviembre del 2012.

Gujarati, D. y Porter, D. (2010), *Econometría*, Editorial Mc Graw Hill, ISBN: 978-607-15-0294-0, 921 páginas. Impreso en México, Distrito Federal.

Grubisic, E. y Manteiga, M. (2000), *Modelos de predicción de Agregados Monetarios (1993-1999)*, Banco central de la República de Argentina, nota técnica número 9, Agosto de 2000. Extraído de dirección URL: www.bcra.gov.ar/pdfs/invest/nota9.pdf, consulta en diciembre de 2012.

Herrera, B. (2010), *Impacto de la crisis financiera mundial en América latina*, Revista Universidad Externado de Colombia, Colombia 2010, Dirección de consulta URL <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/contexto/article/viewFile/1727/1545>. Consulta en octubre del 2012.

Inegi, (2012), *Base de Información Económica del Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Datos sobre variables monetarias de México del periodo de 1980 a 2012. Extraídos de dirección URL: <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/>, consulta en septiembre de 2012.

Kacef, O. (2010), *América Latina frente a la crisis internacional: ¿Por qué esta vez fue diferente?* *Pensamiento Iberoamericano*, nº 6, Dirección de consulta URL <http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00747.pdf>, Consulta en octubre del 2012.

Mies, V., Morandé, F. y Tapia, M. (2002), *Política monetaria y mecanismos de transmisión: nuevos elementos para una vieja discusión*. Banco central de Chile, documento de trabajo No. 181, septiembre 2002. Extraído de dirección URL: <http://www.bcentral.cl/eng/studies/working-papers/pdf/dtbc181.pdf>, consulta en enero de 2013.

Moreno, J. y Paunovic I. (2009), *Crisis financiera internacional y sus efectos en la economía mexicana*, Universidad Autónoma Metropolitana, revista Economía: Teoría y práctica, vol. 1, noviembre, 2009, Iztapalapa, México, Dirección de consulta URL <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=281122888003>, Consulta en septiembre del 2012.

Obregón, C. (2011), *La Crisis Financiera Mundial; Perspectivas de México y América Latina*. Siglo XXI Editores, impreso en México, 304 páginas.

Ocampo, J. (2009), *La crisis financiera mundial y su impacto sobre América Latina*, Revista CEPAL 97, Colombia, Dirección de consulta URL <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/6/35846/RVE97Ocampo.pdf> Consulta en octubre del 2012.

Olivas, E. (2000), *Inflación en México (1948 – 1999): Un análisis con Vectores Autorregresivos*. Tesis de Maestría, Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, Baja California, México. Disponible en dirección URL: <http://docencia.colef.mx/biblio?page=6&sort=title&order=desc>.

Pavel, A. (2008), *Política monetaria en Cuba: Estimación con un modelo VAR estructural*, Centro de Estudios de la Economía Cubana, Universidad de la Habana. Revista Principios, No. 12 / 2008, pp. 85-102. Extraído de: www.fundacionsistema.com/media/pdf/ppios12_pavelvidal.pdf, consulta en enero de 2013.

Rodríguez, M. y Klender, A. (2008), *Modelización de la crisis financiera de 1994 mediante los Mapas Cognitivos Borrosos*, Revista Investigación y Ciencia. Universidad de Aguascalientes, México. Número 41 de la revista, mayo – agosto 2008, pp. 38 – 46. Extraída de dirección URL: <http://www.uaa.mx/investigacion/revista/archivo/revista41/Articulo%206.pdf>, consulta en enero de 2013.

Schwartz, M. y Torres, A. (2002), *Expectativas de Inflación, Riesgo País y Política Monetaria en México*. Memorias del seminario “Estabilización y Política Monetaria: La Experiencia Internacional”, organizado por el Banco de México. Consultado desde dirección URL: <http://www.bancomexico.gob.mx/politicamonetariaeinflacion/materialdereferencia/intermedio/politica-monetaria/instrumentacion-de-la-politica-monetaria/%7BC6F8CF5E-2EC6-AAB2-01EF-94087F92A246%7D.pdf>, consultado en enero de 2013.

BIOGRAFÍA

Erika Olivas Valdez, es Maestra en Economía Aplicada por el Colegio de la Frontera Norte en Tijuana, Baja California, México. Profesora Investigadora de Tiempo Completo de la Universidad Estatal de Sonora (UES), con reconocimiento de perfil deseable PROMEP y adscrita a la Carrera de Comercio Internacional. Candidata a doctora en Ciencias de lo Fiscal, por el Instituto de especialización para ejecutivos (IEE). Correo electrónico: eolivas14@hotmail.com

LAS CAPACIDADES DE LA EMPRESA PARA PERSONALIZAR SU PRODUCCIÓN Y RECONFIGURARSE DE FORMA INTERNA: ¿INFLUENCIAN SU DESEMPEÑO OPERATIVO Y SU VENTAJA COMPETITIVA PERCIBIDOS?

Aurora Irma Máynez-Guaderrama, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Judith Cavazos-Arroyo, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla
Vianey Torres-Arguelles, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
María Teresa Escobedo-Portillo, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

RESUMEN

Contar con las mejores capacidades permite que las empresas elijan e implementen eficientemente las actividades necesarias para producir y entregar bienes o servicios a sus clientes. Sin embargo, si el propósito es exceder el desempeño de los competidores, es necesario que las empresas desplieguen sus capacidades de forma superior. Este trabajo se enfoca en analizar el impacto de las capacidades operacionales de personalización masiva y de reconfiguración -dimensiones competitivas reconocidas como estratégicas-, ejercen sobre el desempeño operativo percibido de una entidad productiva, y el efecto de éste sobre la ventaja competitiva percibida. El diseño de investigación fue de tipo cuantitativo y la información empírica se examinó en dos etapas: la primera a través de un Análisis Factorial Confirmatorio (AFC), y la segunda mediante un Sistema de Ecuaciones Estructurales basado en Covarianzas (CBSEM). Los resultados confirman que: 1) existe una relación directa, positiva y significativa entre la capacidad de personalización masiva y el desempeño operativo percibido, 2) la capacidad de reconfiguración afecta positiva, directa y significativamente al desempeño operativo percibido, y 3) el desempeño operativo percibido influye de forma directa, positiva y significativa a la ventaja competitiva percibida.

PALABRAS CLAVE: Capacidad de Personalización Masiva, Capacidad de Reconfiguración, Desempeño Operativo Percibido, Ventaja Competitiva Percibida, Modelo de Ecuaciones Estructurales.

CAPABILITIES TO CUSTOMIZE PRODUCTION AND RECONFIGURE INTERNALLY: DO CAPABILITIES INFLUENCE PERCEIVED OPERATING PERFORMANCE AND COMPETITIVE ADVANTAGE?

ABSTRACT

Having the best capacities allows companies to efficiently choose and implement the necessary activities to produce and deliver goods and services to their clients. Nevertheless, if the purpose is to exceed competitor performance, it is necessary for companies to deploy their capabilities in a superior manner. This work analyzes the impact of operational capacities of massive personalization and reconfiguration and competitive dimensions recognized as strategic. We examine how the affect operative development from a productive entity, and the effect of this on perceived competitive advantage. The research design was quantitative and the empirical information was examined in two stages: the first through a confirmatory factorial analysis (CFA) and the second through a system of structural equations based on covariance (SSEBC). Results confirm that: 1) a direct, positive and significant relationship between the

capacity of massive personalization and perceived operative performance, 2) reconfiguration capacity affects positively, directly and significantly perceived operative development, and 3) perceived operative development influences perceived competitive advantage in a direct, positive and significant manner.

JEL: C38, L29, M10

KEYWORDS: Mass Customization Capability, Reconfiguration Capability, Perceived Operational Performance, Perceived Competitive Advantage, Structural Equation Model

INTRODUCCIÓN

La organización es una gran red de rutinas entre las que se incluyen el paso de las materias primas y los diferentes componentes en el proceso de producción, el monitoreo del desempeño de las distintas rutinas de negocio, el seguimiento de las actividades de control y la formulación de estrategias (Grant, 1991). Por ello, resulta crucial construir e integrar las capacidades organizacionales necesarias, dentro de las rutinas y procesos proporcionando a la empresa una fuente potencial de ventaja competitiva (Peng, Schroeder, & Shah, 2008; Wu, Melnyk, & Flynn, 2010).

En las diversas disciplinas sociales existe la tendencia de que los trabajos académicos se desarrollen alrededor de un cuestionamiento central (Barney & Arikan, 2001); en el caso de la administración estratégica, el punto de enfoque se ubica en definir *qué es lo que hace que una empresa logre y mantenga una posición competitiva superior con respecto a otras organizaciones* (Barney & Arikan, 2001; Day, 1994). En dicha interrogante no se presume la existencia permanente de desempeños superiores con respecto a los competidores, sino que se propone la posibilidad de que sucedan eventos en las que éstos se presenten, que subsistan con el paso del tiempo, y que no puedan explicarse a partir de las teorías tradicionales de desempeño económico empresarial (Barney & Arikan, 2001).

Para intentar dar respuesta a dicha cuestión, existen postulados desde diferentes perspectivas académicas. Por una parte, las Teorías que se fundamentan en las Capacidades o en los Recursos, citan como fuentes de ventaja a los aspectos internos de una empresa, incluyendo los activos físicos tangibles y las capacidades de la organización; en otra vertiente, concurren enfoques –como el de Fuerzas competitivas y el de Disuasión de entrada- que enfatizan a los factores externos a la empresa –como la intensidad de la competencia en la industria y el sector de mercado que se atiende- como los determinantes del potencial de utilidad (Day, 1994).

Algunos indican (St. John, 2005), que la investigación en la primera perspectiva –la Teoría de Recursos y Capacidades- enfrenta entre otros los siguientes retos metodológicos: definición adecuada y correcta medición de constructos, así como la consideración de las influencias contextuales sobre las variables latentes. En la misma vertiente otros (Kraaijenbrink, Spender, & Groen, 2010), recomiendan la utilización de métodos empíricos de investigación que se extiendan hacia enfoques basados en procesos, es decir que analicen los grupos de recursos y capacidades, y la forma en que éstos se despliegan en procesos organizacionales. Indican que solamente de esta manera se estará en condición de comprender los recursos y capacidades que son fuentes de ventaja competitiva sostenible, y la forma en la que algunas empresas –comparativamente con otras-, son capaces de tener un mejor desempeño.

La era post-industrial se ha caracterizado por una competencia global creciente, incrementos en la diversidad de los mercados, cambios en los requerimientos de los clientes, en la manufactura avanzada y en las tecnologías de la información; en el centro de dichos cambios se localizan los cada vez mayores, requerimientos individualizados de los clientes (Tu, Vonderembse, & Ragu-Nathan, 2001). En virtud de lo anterior, y dado que los ambientes turbulentos crean discrepancias entre las capacidades operacionales existentes y las ideales, surge la necesidad de que la empresa reconfigure sus procesos productivos, a la

par que mantiene la calidad de los artículos y la productividad del sistema (Pavlou & El Sawy, 2011; Zhang, Vonderembse, & Lim, 2003). Con base en tales antecedentes este trabajo se enfoca en analizar el impacto que las capacidades organizacionales de personalización masiva y de reconfiguración, -dimensiones competitivas reconocidas como estratégicas (Amit & Schoemaker, 1993; Silveira, Borenstein, & Fogliatto, 2001; Tu et al., 2001; Zhang et al., 2003)- tienen sobre el desempeño operativo percibido de una entidad productiva, y el efecto de éste sobre la ventaja competitiva percibida.

El resto de este trabajo de investigación se ha organizado en tres apartados. Se presenta una revisión de literatura relacionada con el tema de las capacidades organizacionales, profundizándose en dos de ellas: personalización masiva y reconfiguración; vinculándose éstas con la percepción respecto del desempeño operativo y la influencia de éste sobre la ventaja competitiva. En un siguiente apartado se describe el método utilizado, incluyendo las características de las organizaciones participantes, la validez convergente y discriminante del modelo de medición, y los resultados del modelo estructural planteado, contrastándose las hipótesis propuestas. Finalmente, se presentan la discusión y conclusiones del estudio.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Capacidades

El enfoque de capacidades no es reciente (Day, 1994; Leonard-Barton, 1992), su significancia estratégica ha sido discutida por décadas (Leonard-Barton, 1992), y pueden encontrarse antecedentes en los trabajos realizados por Selznick en 1957, y Penrose en 1959 (Day, 1994). Para describirlas, se han utilizado una variedad de términos entre los que se incluyen habilidades, activos invisibles (Itami & Roehl, 1987) y bienes intermedios (Amit & Schoemaker, 1993).

Existe una multiplicidad de definiciones para este constructo. En esencia, una capacidad organizacional es una rutina o un grupo de rutinas que interactúan (Grant, 1991). Para algunos (Amit & Schoemaker, 1993), son procesos tangibles o intangibles basados en la información, específicos para cada empresa, y se desarrollan con el paso del tiempo, conforme se dan interacciones complejas entre los recursos de la firma. Otros académicos (Day, 1994), señalan que: a) se trata de dotaciones complejas de habilidades y conocimiento acumulado; b) se ejercen a través de procesos organizacionales; c) facultan a las empresas para coordinar actividades y utilizar sus activos; y d) se manifiestan en actividades típicas del negocio como el desarrollo de nuevos productos, el llenado o requisitado de órdenes, y la entrega de artículos.

En la misma vertiente algunos (Helfat & Peteraf, 2003), las conciben como habilidades organizacionales que permiten desarrollar un grupo coordinado de tareas, utilizando los recursos disponibles, a fin de lograr un resultado final predeterminado. De acuerdo a Leonard-Barton (1992), una de las descripciones más claras de este concepto es la propuesta por Teece, Pisano y Shuen en 1990, para quienes las capacidades son el grupo de rutinas, habilidades diferenciadas y activos complementarios que proporcionan las bases para las habilidades competitivas de la empresa y para la ventaja competitiva sostenible, en un campo empresarial determinado. En resumen, las capacidades son procesos dinámicos, específicos a la empresa y dependientes de su trayectoria; no se encuentran disponibles en el mercado, son difíciles de copiar y se acumulan como resultado de un proceso de aprendizaje continuo (Dávila, 2010).

Una capacidad puede visualizarse como la fortaleza o eficiencia del grupo de rutinas interrelacionadas para llevar a cabo determinadas tareas (Peng et al., 2008); al complementar a los determinantes tecnológicos de la eficiencia productiva, las capacidades facultan para transformar insumos en productos (Collis, 1994). Luego, para una organización resultan relevantes no solamente los recursos que tiene sino lo que hace con ellos (Ndofor, Sirmon, & He, 2011), y es por esto que debe precisarse que la creación de capacidades no es el resultado de únicamente de juntar o agregar varios recursos (Grant, 1991).

Contar con las mejores capacidades, así como tener la mejor tecnología, permite que las firmas elijan e implementen de forma eficiente las actividades necesarias para producir y entregar bienes o servicios a sus clientes (Collis, 1994). Sin embargo, debe señalarse que si el propósito es exceder el desempeño de los competidores, es necesario que las capacidades se desplieguen de forma superior (Day, 1994). Las capacidades son cruciales para comprender y explicar la variabilidad en el desempeño (Flynn, Wu, & Melnyk, 2010).

Capacidad de Personalización Masiva

Para algunos (Tu et al., 2001), la capacidad de personalización masiva debería ser una dimensión competitiva importante para las empresas manufactureras que operan en el contexto del siglo XXI. Comentan que dado el nivel incremental de las demandas de los consumidores, resulta esencial que los directivos comprendan cómo diseñar y operar los sistemas para rápidamente producir la variedad de bienes y servicios que cubran las necesidades específicas de los clientes, a la par de mejorar la calidad, y mantener altos volúmenes de producción sin modificar los niveles de precios.

La competencia global ha estimulado que se incorpore la orientación de servicio al cliente dentro del contexto de la manufactura, forzando a los productores tanto a mantener bajos sus precios, como a producir bienes y servicios personalizados (Tu et al., 2001). La personalización masiva surgió como un nuevo paradigma en la manufactura, teniendo como reto encontrar un balance entre personalizar artículos y lograr costos bajos (Ahmad, Schroeder, & Mallick, 2010). Al respecto, la literatura indica que dicho paradigma es un medio para lograr la flexibilidad estratégica (Kotha, 1995), y se identifica como un tema de discusión común tanto en ámbitos académicos como profesionales (Ahmad et al., 2010).

Este concepto surgió a finales de los años ochenta, y puede visualizarse como el paso natural de los procesos cada vez más flexibles y optimizados en su calidad y costos; se le considera como una alternativa de diferenciación para las empresas que participan en mercados altamente competitivos y segmentados (Silveira et al., 2001). Generalmente se describe como el proceso a través del cual las empresas aplican tecnología y métodos administrativos para proporcionar productos variados y personalizados a través de una respuesta rápida y flexible (Kotha, 1995). Para otros (Silveira et al., 2001), se refiere a la habilidad de producir bienes o servicios individualizados, a través de procesos flexibles, en altos volúmenes y a costos razonablemente bajos. En la misma vertiente, algunos académicos (Tu et al., 2001) comentan que puede entenderse como la habilidad para diseñar, producir y entregar de forma rápida, bienes que satisfagan las necesidades de clientes específicos, sin que existan variaciones significativas en los precios.

La personalización masiva se basa en la habilidad de la empresa para simultáneamente, dar respuesta a los clientes, lograr eficiencia de costos, y alcanzar altos volúmenes productivos (Tu et al., 2001); su propósito es combinar la eficiencia en costos de la producción en masa, con la efectividad de la personalización (Ahmad et al., 2010). Este concepto intenta producir suficiente variedad de artículos y/o servicios de forma que casi todos puedan encontrar lo que desean a un precio razonable (Kotha, 1995; Pine, Victor, & Boynton, 1993).

Es una capacidad operacional que se basa en la creación de algo único. Se compone de habilidades diferenciadas, así como procesos y rutinas para la creación de conocimiento a través de la extensión y personalización de sistemas y procesos operativos. Una empresa con esta habilidad tendrá la capacidad para producir requerimientos y aplicaciones específicas (Peppers & Rogers, 1997); en un ambiente competitivo siempre cambiante, las personas, procesos, unidades y tecnología deberán reconfigurarse continuamente (Pine et al., 1993).

Luego, resulta necesario que la empresa cuente con flexibilidad y respuesta rápida, y para ello requiere de una diversidad de equipos, tecnologías y procesos, acceso a una amplia multiplicidad de materiales, y empleados capacitados y con experiencia en la interpretación de necesidades y deseos específicos del cliente, muchas veces poco articulados (Koufteros, Vonderembse, & Doll, 1998; Onken, 2011), produciendo un impacto sobre la organización y el valor al cliente aún cuando la necesidad de personalización sea baja (Tu et al., 2001).

Capacidad de Reconfiguración

Para Flynn et al. (2010), la capacidad de reconfiguración se refiere a las habilidades, procesos y rutinas diferenciadas para llevar a cabo las transformaciones necesarias, a fin de restablecer el ajuste o reconfiguración entre la estrategia operativa y el ambiente del mercado. Indican que a consecuencia de lo anterior, se modifica la configuración de los recursos existentes y se generan nuevas estructuras, buscando la coincidencia con los cambios del entorno. Dichos académicos basan este constructo, a partir de los conceptos de “reconfiguración” y “agilidad” propuestos por Teece, Pisano y Shuen (1997), y por Swink y Hegarty (1998).

Para Teece et al. (1997), en ambientes rápidamente cambiantes resulta obvio el valor que se otorga a la habilidad organizacional de identificar las necesidades y reconfigurar los activos de la empresa. Comentan que la capacidad de reconfiguración y transformación, es una habilidad organizacional aprendida que implica calibrar los requerimientos de cambio y efectuar los ajustes necesarios, y que puede ser dependiente de la habilidad de revisar el ambiente, evaluar los mercados y competidores, y reconfigurarse y transformarse más rápidamente que la competencia. También apuntan que las empresas que logran estas capacidades se clasifican como “altamente flexibles”. Por su parte, Swink y Hegarty (1998) señalan que la agilidad es la habilidad de moverse de un estado productivo a otro, con muy pocos costos o penalizaciones. Indican que dicha habilidad también involucra la capacidad de producir –con el mismo nivel de eficiencia- amplias variedades de productos individuales y volúmenes agregados. Precisan que existe la posibilidad de que los procesos productivos sean requeridos para manufacturar un amplio rango de bienes, utilizando un conglomerado fijo de recursos.

La reconfiguración ha sido conectada con la apropiación, la oportunidad y la eficiencia, ya que los recursos existentes modifican su configuración en nuevas competencias operativas (Galunic & Rodan, 1998; Kogut & Zander, 1992; Zott, 2003). La literatura menciona tres mecanismos de reconfiguración de recursos: liberación, combinación y redistribución; también se ha enfocado a través de la innovación, la imitación y la experimentación, entre otros (Govind Menon, 2008).

La agilidad es un factor clave ya que además de diferenciar de los rivales, facilita la reconfiguración de la cadena de suministro de manera oportuna y flexible ante los cambios estratégicos (Yusuf, Sarhadi, & Gunasekaran, 1999). Upton (1994) la explica como movilidad y la relaciona con la necesidad de la compañía para mantener una amplia oferta de productos sin tener que contar con un gran inventario de artículos terminados. Los procesos ágiles son capaces de cambiar los arranques de proceso de forma rápida y eficiente, minimizando el tiempo que no agrega valor y produciendo económicamente las corridas productivas pequeñas (Swink & Hegarty, 1998).

Zhang, Vonderembse y Lim (2003) indican que la flexibilidad en la manufactura es una dimensión crítica de la cadena de valor, y la definen como la habilidad de producir una variedad de artículos en las cantidades que los clientes demandan, manteniendo al mismo tiempo altos desempeños. En la misma vertiente, Govind Menon (2008) apunta que el proceso de reconfiguración implica cualquier cambio en el patrón o grado de configuración entre los recursos nuevos y presentes –en respuesta a los cambios en el ambiente-. De acuerdo con los elementos disponibles, y no obstante que en la literatura se manejan diferentes términos para esta capacidad –reconfiguración, flexibilidad en la mezcla, y agilidad, por citar

algunos- éstos convergen alrededor de elementos comunes: la habilidad de la organización para cambiar – en respuesta a los cambios del entorno- su configuración de recursos y producir artículos variados, sin modificar significativamente los costos, y manteniendo un nivel similar de desempeño.

Para Zhang et al. (2003), la flexibilidad de la manufactura –específicamente en lo relativo a la mezcla de artículos-, permite producir diferentes combinaciones de bienes de forma económica y efectiva. Además indican que faculta a la empresa para afianzar la satisfacción de los clientes, ya que proporciona el tipo de productos que éstos demandan, en el tiempo que lo requieren, señalando que implica la habilidad de mantener la calidad del producto y la productividad del sistema, cuando se producen una diversidad de bienes.

En ambientes complejos y con presencia de conflictos intra-organizacionales, esta capacidad incrementa su valor debido a las necesidades de reconfigurar la estructura de los activos estratégicos de la compañía y llevar a cabo la transformación interna y externa para crear y proteger su ventaja competitiva (Amit & Schoemaker, 1993). Este constructo se considera de importancia estratégica para afianzar la posición competitiva y ganar órdenes de los clientes (Zhang et al., 2003). Asimismo, dado que los ambientes turbulentos crean discrepancias entre las capacidades operacionales existentes y las ideales, la necesidad de reconfiguración afianza el valor de las capacidades dinámicas (Pavlou & El Sawy, 2011).

No obstante que la literatura de administración estratégica se enfoca primariamente en las rutas que llevan a lograr una ventaja competitiva, es poca la investigación relacionada con los procesos que facultan las actividades de integración, coordinación, aprendizaje y reconfiguración (Wu et al., 2010). Por lo anterior, se vuelve de suma importancia aprender y vigilar de forma continua los cambios tanto del ambiente, como de los mercados, competidores y tecnologías, a fin de ajustarse de manera óptima y adoptar las mejores prácticas (Aghdasi, Albadvi, & Ostadi, 2010; Bharadwaj, 2000).

Capacidades, Desempeño Operativo y Ventaja Competitiva

La RBT intenta explicar las fuentes internas de ventaja competitiva sostenida de una empresa (Kraaijenbrink et al., 2010). Los antecedentes indican que para formular estrategias desde un enfoque de recursos y capacidades, se requiere comprender las relaciones existentes entre recursos, capacidades, ventaja competitiva y rentabilidad, y en particular entender los mecanismos a través de los cuales la ventaja competitiva puede ser sostenida con el transcurso del tiempo (Grant, 1991).

Los recursos se utilizan como insumos para diseñar e implementar estrategias competitivas (Molloy, Chadwick, Ployhart, & Golden, 2011), y en la actividad productiva se requiere que los diferentes grupos de éstos cooperen y se coordinen (Grant, 1991). En la literatura existe coincidencia respecto de que los recursos en lo individual no pueden ser fuente de ventaja competitiva (Porter, 1991; Ray, Barney, & Muhanna, 2004), e incluso se indica que son pocos los que por sí mismos pueden considerarse productivos (Grant, 1991). Además, el hecho de que una o varias firmas cuenten con recursos similares no garantiza que éstos se utilicen y combinen de forma similar: existe una heterogeneidad de estrategias empresariales derivadas de las distintas combinaciones de recursos y capacidades (Molloy et al., 2011). Luego, si un recurso no encaja dentro de la configuración empresarial de una entidad productiva, no será posible generar un alto desempeño (Andersén, 2011), y es por ello que se afirma que no necesariamente las empresas con las mejores dotaciones de éstos, crearán el mayor valor (Molloy et al., 2011). Para poder evaluar el potencial de creación de valor de los recursos, es necesario analizar la aportación creada por las estrategias empresariales implementadas con base precisamente en los mismos (Barney & Mackey, 2005).

Los activos estratégicos son el resultado de adherirse, durante un periodo de tiempo, a un grupo de políticas consistentes (Dierickx & Cool, 1989). Para algunos (Amit & Schoemaker, 1993), son el grupo de recursos y capacidades apropiables, especializadas, escasas, y difíciles de intercambiar e imitar, que le

proporcionan a una empresa ventaja competitiva. Las capacidades organizacionales son específicas a la firma; surgen gradualmente con el paso del tiempo; son tácitas, y los trabajadores pueden incluso no darse cuenta de que existen; son dependientes de una rutina o camino seguido en función de la historia de la empresa o de las decisiones tomadas por sus directivos; y se validan empíricamente a través de su aplicación a los problemas que enfrenta (Flynn et al., 2010; Wu et al., 2010).

El enfoque de capacidades localiza las fuentes de una posición defendible de competencia, en los recursos únicos y difíciles de imitar que la empresa ha desarrollado a través de combinaciones integradas de activos y capacidades, cultivados históricamente de forma lenta (Day, 1994). Luego, las capacidades organizacionales no se ubican en una persona en lo individual ni pueden ser articuladas por ésta, ya que son de un nivel agregado superior y no son susceptibles de reducción en la memoria de un sujeto (Collis, 1994). Por ello cuando ciertos grupos se desempeñan mejor que otros grupos similares, se infiere que existe una variación sustancial en sus capacidades (Mahmood, Zhu, & Zajac, 2011).

Para explicar la ventaja competitiva, es necesario incorporar la evolución de los recursos y capacidades que forman sus bases (Helfat & Peteraf, 2003). Con el paso del tiempo, y mediante las decisiones gerenciales deliberadas, las capacidades organizacionales se integran como parte del tejido de la empresa (Grewal & Slotegraaf, 2007; Wu et al., 2010); el conocimiento acumulado en la organización penetra y se combina en los conglomerados de rutinas que conforman el material genético de la firma (Ethiraj, Kale, Krishnan, & Singh, 2005). Por tanto, al acumular conocimientos, actualizar las competencias a partir de los conocimientos disponibles, y desplegar dichas competencias a través de estrategias competitivas, las empresas obtienen ventaja competitiva de sus recursos (Ndofor et al., 2011). Las capacidades no son solamente manifestaciones de las estructuras y procesos corporativos observables, sino que residen en la cultura organizacional y en la red de relaciones de los empleados (Collis, 1994).

Mientras que los recursos son la base de las capacidades de una empresa, las cuales son la principal fuente de ventaja competitiva (Grant, 1991). Las capacidades organizacionales pueden contribuir a la ventaja competitiva, siempre y cuando sean inmunes a las amenazas de imitación, sustitución, disipación y apropiación presentes en el mercado; en la medida en que éstas sean capaces de lo anterior, serán fuentes de ventaja competitiva perdurable (Collis, 1994; Nath, Nachiappan, & Ramanathan, 2010). El grado de complejidad de una capacidad es particularmente relevante para la sostenibilidad de la ventaja competitiva (Grant, 1991), y cualquier diferencia entre las capacidades de una empresa y las de sus competidores, afectará tanto las ventajas como las desventajas competitivas de la firma (Yang, Marlow, & Lu, 2009).

MÉTODO

El modelo básico conceptual que guía la investigación se presenta en la Figura 1. Para este artículo se plantearon tres hipótesis:

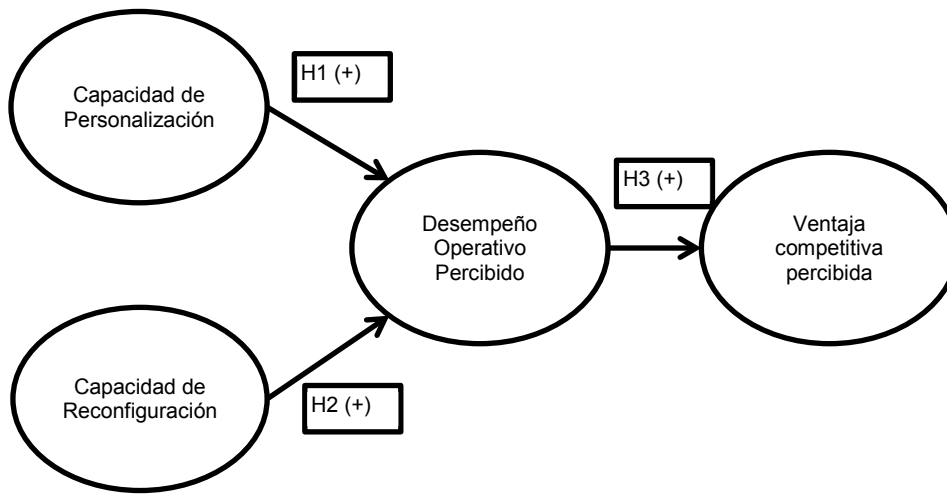
H1: La capacidad de personalización es un predictor del desempeño operativo percibido.

H2: La capacidad de reconfiguración es un predictor del desempeño operativo percibido.

H3: El desempeño operativo percibido es un predictor de la ventaja competitiva percibida.

Para alcanzar el objetivo propuesto se diseñó una investigación cuantitativa, de naturaleza empírica y de sección transversal, basada en la revisión de la literatura realizada de las variables capacidad de personalización, capacidad de reconfiguración, desempeño operativo percibido y ventaja competitiva percibida. Para contrastar las hipótesis del modelo teórico propuesto en su conjunto, se utilizó un sistema de ecuaciones estructurales basado en covarianzas, ya que dicha técnica estadística es considerada útil para investigar la plausibilidad de modelos teóricos que pudieran explicar las interrelaciones entre un grupo de variables en diversas disciplinas científicas (Hu & Bentler, 1999).

Figura 1. Modelo Conceptual Propuesto



En esta figura se muestra el modelo conceptual que guía la investigación mostrando las relaciones a probar entre los constructos revisados en la literatura. Las hipótesis son: H1: La capacidad de personalización es un predictor del desempeño operativo percibido, H2: La capacidad de reconfiguración es un predictor del desempeño operativo percibido y H3: El desempeño operativo percibido es un predictor de la ventaja competitiva percibida. Fuente: Elaboración propia.

El estudio se desarrolló 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. El muestreo fue de tipo no probabilístico selectivo, ya que la intención fue contar con casos que pudieran ser representativos de la población de estudio (Rojas Soriano, 2010), y el perfil de sujetos incluyó gerentes, supervisores, analistas, ingenieros y técnicos, en el contexto antes descrito (ver tablas 1 y 2).

Tabla 1: Perfil de los Participantes (n=249)

Característica	Número de personas	%
Sexo		
Hombre	184	73.4
Mujer	65	26.6
Escolaridad		
Preparatoria terminada	27	10.8
Carrera profesional no terminada	37	10.8
Carrera profesional terminada	124	49.8
Postgrado	32	12.8
Otra	29	11.6
Edad		
Menor de 20 años	1	0.4
Entre 20 y 30 años	85	34.1
Entre 31 y 40 años	92	36.9
Entre 41 y 50 años	59	23.7
Entre 51 y 60 años	12	4.8
Puesto		
Gerente	31	12.4
Ingeniero	69	27.7
Supervisor	36	14.5
Analista	21	8.4
Técnico	36	14.5
Otro	56	22.5

En esta tabla se muestran datos relativos al perfil demográfico de los sujetos participantes en la investigación. Fuente: Elaboración propia.

La técnica utilizada para recolectar la información fue la encuesta, realizada a través de un cuestionario auto-administrado aplicado individualmente en el contexto laboral durante los meses de mayo y junio del

2012. En total, se recibieron 264 cuestionarios, 12 de los cuales fueron desechados –excesivo número de valores perdidos, sujetos que laboran en contexto distinto al estudiado, o sesgos identificados de respuesta-. El total de instrumentos utilizables fue 252, representando el 95.46% de los recibidos. En el cuestionario se incluyeron ítems diseñados con un formato tipo Likert (1932), con cinco puntos de asignación de respuesta; en la primera sección del instrumento 1 significó “totalmente en desacuerdo” y 5 “totalmente de acuerdo”, y en la segunda parte 1 la valoración fue “muy pobre, por debajo de la industria” y 5 “muy superior que la competencia”. Lo anterior permitió que los participantes seleccionaran su grado de acuerdo o desacuerdo con las afirmaciones planteadas (Hair, Bush, & Ortinau, 2007).

Tabla 2: Perfil de las Organizaciones (n=252)

Característica	Número de Personas	%
La empresa produce bienes o servicios para la industria:		
Automotriz	92	36.5
Eléctrica	27	10.7
Médica	27	10.7
Computación	16	6.3
Telecomunicaciones	13	5.2
Otras	77	30.6

En esta tabla se muestran datos relativos al perfil de las organizaciones en las que laboran los sujetos participantes en la investigación. Fuente: Elaboración propia

Para el análisis estadístico de los datos se siguió el procedimiento de dos etapas recomendado por Anderson y Gerbing (1988): en la primera fase, a fin de evaluar las propiedades psicométricas del modelo de medida, se llevó a cabo un Análisis Factorial Confirmatorio (AFC) de primer orden, y en la segunda, se agregaron las relaciones estructurales propuestas entre las variables latentes, analizándose mediante un Sistema de Ecuaciones Estructurales basado en covarianzas –CBSEM-. Tanto el AFC como el CBSEM se estimaron con apoyo del software estadístico EQS 6.1. (Bentler 1985 - 2005), utilizándose el Método de Máxima Verosimilitud (ML) con la corrección estadística propuesta por Satorra y Bentler (1994) -estadísticos robustos-, ya que la condición de normalidad multivariante de los datos no fue satisfecha (Coeficiente normalizado de Mardia estimado = 34.0157). El modelo de medición inicialmente propuesto contemplaba 25 ítems: Capacidad de personalización (5), Capacidad de reconfiguración (5), Desempeño operativo percibido (7), y Ventaja competitiva percibida (8). A través del AFC se detectaron algunos ítems con cargas bajas, residuales altos o problemas de convergencia, y en virtud de lo anterior fueron eliminados; el modelo final de medición consta de 17 variables observables, y se muestra en la tabla 3.

Los resultados del AFC se presentan en las Tablas 4 y 5, como en ellas se aprecia, los distintos estadísticos sugieren en términos generales que el modelo de medida tiene un buen ajuste, ya que los indicadores cumplen con los criterios de corte convencionales, siendo la excepción el estadístico χ^2 . Cabe señalar que respecto a dicho estadístico la literatura indica la dificultad implícita de utilizarlo como indicador único de la bondad de ajuste de un modelo SEM, ya que conforme crece el tamaño de muestra o el número de variables observables, sus valores resultantes se consideran de menor significancia (Hair Jr., Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006), e incluso se afirma que conforme el tamaño de muestra se incrementa, las probabilidades de rechazar un modelo también aumentan –sin importar si el modelo es falso o verdadero- (Bagozzi & Yi, 1988).

Tabla 3: Modelo Final de Medición

Constructo	Variables Observables
Capacidad de personalización (4 ítems)	Identificación clara de las necesidades de los clientes (CP1). Producción exacta de los deseos de los clientes (CP2). Producción a gran escala, de acuerdo a las necesidades individuales identificadas (CP3). Ampliar la variedad de productos, sin tener que incrementar costos (CP4).
Capacidad de reconfiguración (5 ítems)	Producción de distintos tipos de artículos sin realizar grandes cambios (CR1). Construcción de productos diferentes, en la misma planta y al mismo tiempo (CR2). Producción de artículos de forma simultánea o periódica, de forma estable (CR3). Cambio en la combinación de productos, de un periodo a otro (CR4). Cambio rápido en la producción de artículos (CR5).
Desempeño operativo percibido (5 ítems)	Cumplimiento a las especificaciones de calidad del producto (DOP1). Desempeño en el tiempo de entrega (DOP2). Flexibilidad para cambiar mezcla de productos (DOP3). Flexibilidad para cambiar el volumen de producción (DOP4). Velocidad en la producción para introducir nuevos productos (DOP5).
Ventaja competitiva percibida (3 ítems)	Crecimiento de las ventas (VCP1) Crecimiento de la empresa (VCP2) Productividad laboral (VCP3).

La tabla 3 muestra el modelo y variables observables. Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: Validez Convergente e Indicadores de Bondad de Ajuste del Modelo (AFC)

Variable Latente	Ítem	Validez Convergente					
		α	IFC	AVE	λ Estandarizada	Valor t (estad. robs)	λ_s Promedio
Capacidad de personalización	CP1	0.852	0.868	0.627	0.810**	13.307	0.783
	CP2				0.902***	13.107	
	CP3				0.838***	13.287	
	CP4				0.580***	8.284	
Capacidad de reconfiguración	CR1	0.862	0.865	0.562	0.709***	10.003	0.748
	CR2				0.815***	12.194	
	CR3				0.775***	11.188	
	CR4				0.750***	11.022	
	CR5				0.692***	8.682	
Desempeño operativo percibido	DOP1	0.864	0.867	0.568	0.670***	8.866	0.751
	DOP2				0.687***	10.914	
	DOP3				0.783***	13.960	
	DOP4				0.835***	15.157	
	DOP5				0.780***	14.665	
Ventaja competitiva percibida	VCP1	0.848	0.816	0.597	0.798***	12.863	0.771
	VCP2				0.714***	10.233	
	VCP3				0.802***	13.460	
Indicadores de bondad de ajuste		BBNFI	BBNNFI	CFI	IFI	MFI	RMSEA
S-B χ^2 (113gl) = 181.5534		0.887	0.944	0.954	0.954	0.873	0.049
p=0.00005							
*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001							

En esta tabla se presenta la validez convergente y los indicadores de bondad de ajuste, los cuales muestran que en lo general existe un buen ajuste ya que los indicadores cumplen con los criterios convencionales. Fuente: Elaboración propia.

En lo que a fiabilidad y validez convergente de los indicadores se refiere, los resultados del AFC indican que: 1) todas las relaciones de los ítems con sus factores hipotéticos son significativas, 2) la magnitud de sus cargas estandarizadas son mayores que el valor crítico de 0.50 (Bagozzi & Yi, 1988) y 3) el promedio de las cargas estandarizadas de cada factor fue superior a 0.70 (Hair Jr., Anderson, Tatham, & Black, 1999). Con respecto al Análisis de Varianza Extraída (AVE), se recomienda que los valores superen el punto crítico de 0.50 -esto indica que 50% o más de la varianza de los indicadores se incluye en la variable latente correspondiente- (Chin, 1998; Fornell & Larcker, 1981; Seidel & Back, 2009). De acuerdo al análisis realizado, todos los constructos superan dicho punto de corte. Con respecto a los índices de consistencia interna, las variables latentes muestran indicadores aceptables, ya que

prácticamente todas superan los puntos de corte sugeridos -0.70 para el Alfa de Cronbach, y 0.60 en el caso del índice de fiabilidad compuesta (IFC) (Bagozzi & Yi, 1988).

Tabla 5: Validez Discriminante del Modelo

Constructo	Capacidad de Personalización	Capacidad de Reconfiguración	Desempeño Operativo Percibido	Ventaja Competitiva Percibida
Capacidad de personalización	0.627	[0.372-0.620]	[0.431-0.667]	[0.171-0.499]
Capacidad de reconfiguración	0.246	0.562	[0.452-0.688]	[0.302-0.570]
Desempeño operativo percibido	0.301	0.325	0.568	[0.528-0.772]
Ventaja competitiva percibida	0.112	0.190	0.423	0.597

En esta tabla se muestran los valores de los AVE en una de las diagonales, asimismo los intervalos de confianza y, debajo de la diagonal los cuadrados de los coeficientes de correlación entre los factores. Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la validez discriminante, se llevaron a cabo tres pruebas: test de la diferencia entre χ^2 (tabla 6), test del intervalo de confianza, y test de la varianza extraída. En el caso del primer test, se revisaron las correlaciones entre factores; los factores con mayor correlación fueron Desempeño Operativo Percibido y Ventaja Competitiva Percibida -0.650-. A partir de lo anterior, se corrió un modelo de medición similar al planteado en el AFC original, en el cual se fijó a 1.0 el coeficiente entre dichos factores; posteriormente se calculó un test de diferencias entre las χ^2 de los dos modelos. De acuerdo a los resultados de este test, χ^2 del AFC original es significativamente menor que la del AFC modificado, por lo que quedó demostrada la validez discriminante entre los constructos respectivos.

Tabla 6: Test de Diferencias de χ^2

Análisis Factorial Confirmatorio	Valor S-B χ^2	Grados de Libertad	Diferencia χ^2	Diferencia en Grados de Libertad
Original	181.5534	113		
Modificado (Desempeño operativo percibido- Ventaja Competitiva Percibida)	271.3098	114	89.7564	1

En esta tabla se muestran la contrastación de modelos –modelo original versus modelo con correlación entre factores modificado. Los resultados muestran que el Valor S-B χ^2 del AFC original es significativamente menor que el relativo al AFC Modificado. Lo anterior demuestra la validez discriminante entre los constructos Desempeño Operativo Percibido y Ventaja Competitiva Percibida. Fuente: Elaboración propia.

En lo relativo al Test del intervalo de confianza, el examen consiste en revisar el intervalo de confianza construido a partir de ± 2 errores estándar de la correlación entre los factores y determinar si éste incluye al 1.0; si dentro del intervalo no se incluye al 1.0, puede confirmarse la existencia de validez discriminante (Anderson & Gerbing, 1988; Vila López, Küster Boluda, & Aldás Manzano, 2000). De acuerdo a la tabla 3, los intervalos de confianza que se presentan sobre la diagonal, muestran que en ningún caso se incluye el 1.0. Lo anterior reitera la existencia de validez discriminante.

Finalmente, respecto al Test de la varianza extraída, se compara el AVE de cada factor con el cuadrado de la correlación entre cada par de constructos; cuando los valores AVE mostrados son mayores que los valores de los cuadrados de la correlación entre constructos, puede afirmarse la existencia de validez discriminante (Hulland, 1999; Seidel & Back, 2009; Vila López et al., 2000). En la parte inferior de la tabla 3 se presenta la información relativa a los cuadrados de las correlaciones entre constructos; en la diagonal se muestran los valores AVE. Como puede apreciarse, los resultados indican que los valores AVE de los constructos exceden los cuadrados de las correlaciones entre éstos. A partir de este test, es posible también afirmar la existencia de validez discriminante.

En resumen, los resultados del AFC indican sugieren la existencia de validez discriminante, ya que: 1) el test de diferencias de χ^2 indica que el modelo original planteado es mejor que el modelo alternativo; 2) ninguno de los intervalos de confianza, para $\pm 2 \lambda$, comprenden la unidad, y 3) los valores AVE de las variables latentes superan a los cuadrados de los coeficientes de correlación entre factores. A partir de lo

anterior puede afirmarse que existe validez discriminante. Finalmente, y de acuerdo a los elementos disponibles para la validación conjunta de los resultados, es posible confirmar la fiabilidad, la validez convergente y la validez discriminante del modelo global de medida. Una vez establecida la fiabilidad y validez del modelo de medida se procedió a realizar la contrastación de las hipótesis a través del SEM correspondiente, empleando también estadísticos robustos (Satorra & Bentler, 1994). Los resultados se presentan, de forma sintética, en la Tabla 7 a continuación.

Tabla 7. Resultados del SEM para la Contrastación de Hipótesis

Hipótesis	Relación estructural propuesta	λ (estandarizada)	Valor t (robusto)	Resultado			
H ₁	Capacidad de personalización → Desempeño Operativo Percibido	0.341***	4.379	No rechazada			
H ₂	Capacidad de reconfiguración → Desempeño Operativo Percibido	0.409***	4.288	No rechazada			
H ₃	Desempeño Operativo Percibido → Ventaja Competitiva Percibida	0.645***	7.928	No rechazada			
Indicadores de bondad de ajuste:		BBNFI	BBNNFI	CFI	IFI	MFI	RMSEA
S-B χ^2 (115 gl) = 178.2462		0.892	0.951	0.958	0.959	0.882	0.047
p=0.00014							
*<0.05, **p<0.01, ***p<0.001							

Esta tabla muestra que no fue posible rechazar las tres hipótesis a probar, es decir todas las relaciones planteadas en el modelo estructural fueron significativas con un nivel $p < 0.001$. Prácticamente todos los indicadores de bondad de ajuste BBNFI, BBNNFI, CFI, IFI y MFI cubren el punto de corte del 0.90, mientras que los residuales (RMSEA) son pequeños, por lo que puede concluirse que la bondad de ajuste del modelo es adecuada. Fuente: Elaboración propia.

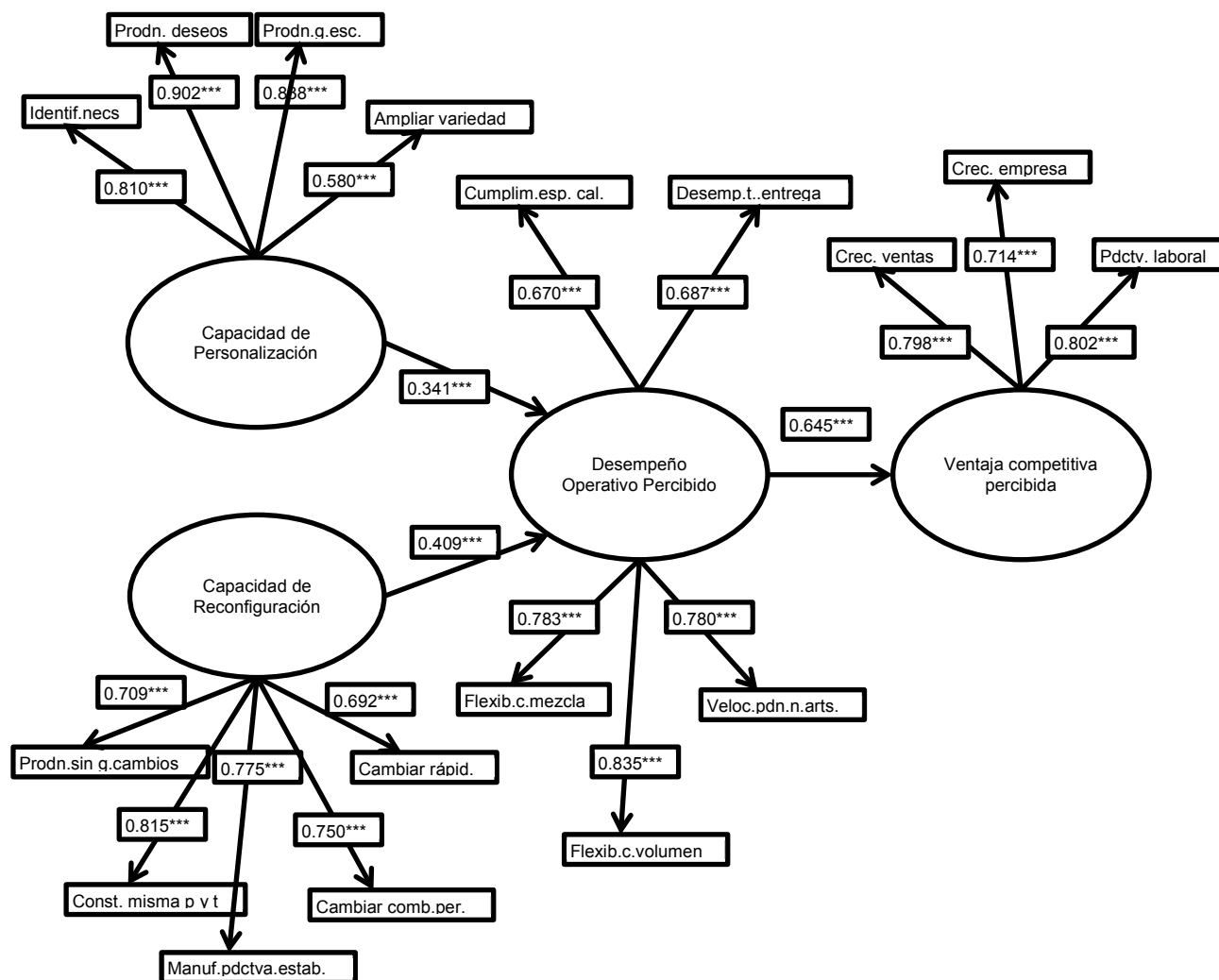
Como puede apreciarse, los estadísticos de bondad de ajuste del modelo estructural muestran un buen ajuste global: BBNFI=0.892; BBNNFI=0.951; CFI=0.958; IFI=0.959; MFI= 0.882 y RMSEA=0.047. Las tres hipótesis planteadas resultaron significativas a un nivel $p < 0.001$ En la Figura 2 se presenta el modelo final contrastado, en el cual se incluyen los ítems de cada factor y sus respectivas cargas estandarizadas. Asimismo, se muestra gráficamente el valor de los *paths* estructurales estandarizados de las relaciones planteadas.

De acuerdo a la figura anterior, los resultados muestran que las tres relaciones planteadas entre los constructos del modelo son estadísticamente significativas. Tanto la *Capacidad de personalización* como la *Capacidad de Reconfiguración* influyen directa y significativamente sobre la *Desempeño Operativo Percibido*. De forma comparativa, la *Capacidad de Reconfiguración* ejerce una influencia ligeramente superior que la *Capacidad de Personalización*. En el caso de la relación entre la *Capacidad de Personalización* y el *Desempeño Operativo Percibido*, los resultados muestran una influencia directa, positiva y significativa con un valor *path* 0.341 (valor $t=4.379$) nivel $p < 0.001$; para la relación entre la *Capacidad de Reconfiguración* y el *Desempeño Operativo Percibido*, los valores resultantes son similares e indican un valor *path* 0.409 (valor $t=4.288$) con un nivel $p < 0.001$. Por su parte el *Desempeño Operativo Percibido* influye directa, positiva y significativamente a la *Ventaja Competitiva Percibida*, mostrando un valor *path* de 0.645 ($t=7.928$), también con un nivel $p < 0.001$.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

De acuerdo a Peng et al. (2008), no obstante que los académicos de la administración reconocen la importancia de las capacidades manufactureras para lograr ventajas competitivas, es raro que en sus trabajos se investiguen las capacidades a nivel de la planta, que es precisamente donde se utilizan. Dichos académicos indican que pocos estudios en la gestión de las operaciones conceptualizan y miden las capacidades de manufactura, y en consecuencia el grupo subyacente de rutinas que deriva en éstas, se encuentra subdesarrollado.

Figura 2: Modelo Contrastado



En esta figura describe el modelo contrastado. Los estadísticos de bondad de ajuste del modelo estructural muestran un buen ajuste global a través del BBNFI, BBNNFI, CFI, IFI, MFI y RMSEA. Las tres hipótesis planteadas resultaron significativas a un nivel de $p < 0.001$. Fuente: Elaboración propia.

Antecedentes teóricos (Slack, 1991) indican que la manufactura puede contribuir en el logro de la competitividad, creando una ventaja cuyas bases se localicen en hacer mejor las cosas, en tiempo y de forma correcta, rápida, económica y flexible; lo anterior tiene un claro impacto en las estrategias de operación en general, y es un buen punto de partida en la consideración de las prioridades competitivas. Además, la aplicación de la estrategia en la manufactura contribuye tanto al desempeño operacional (Meredith & Vineyard, 1993) como a la estrategia empresarial (Brown & Blackmond, 2005).

Los recursos y capacidades producen diferentes niveles de desempeño, dependiendo de los procesos complejos en los cuáles la firma integra su efecto acumulativo (Nath et al., 2010). Los procesos de la estrategia de manufactura y su implementación, determinan cómo los recursos y las capacidades se desarrollan para complementar la estrategia empresarial (Brown & Blackmond, 2005). Inclusive, empresas orientadas al mercado se están enfocando en el desarrollo de estrategias basadas en el producto o en sus capacidades, en lugar de seguir los patrones establecidos por los competidores (Cagliano, Acur, & Boer, 2005).

Con base en los resultados obtenidos en este trabajo, fue posible confirmar las relaciones teóricas propuestas. La investigación empírica desarrollada evidencia que tanto la capacidad de personalización como la de reconfiguración, inciden sobre el desempeño de las operaciones de la empresa y que mediadas por éste influyen a la ventaja competitiva percibida de la firma. Los recursos y capacidades se despliegan en las organizaciones a través de procesos. En el caso de la personalización masiva, se alcanza a través de la habilidad para traducir necesidades del cliente en productos y servicios diferenciados, a través de procesos de operación y tecnologías flexibles bajo el reto de mantener los costos controlados. El grado de libertad de los clientes en la especificación de las características del producto, afecta en gran medida la configuración de los suministros, la producción, la red de distribución, la arquitectura del producto y el desempeño de la organización (Salvador, Rungtusanatham, & Forza, 2004). Por otro lado, en lo relativo a la capacidad de reconfiguración se requiere de flexibilización y agilidad para reconfigurar capacidades, competencias y procesos operativos existentes, a fin de lograr un alto desempeño y con ello fortalecer la posición competitiva de la firma. En este sentido, las organizaciones tienen que estar dispuestas a renunciar a lo antiguo para permitir que la reconfiguración fortalezca el enfoque estratégico, tanto en la gestión como en el desarrollo de las relaciones de la cadena de suministro.

Resulta imposible definir una capacidad sin hacer referencia al desempeño, ya que ésta faculta para desarrollar una actividad de forma repetida y confiable; por tanto, un atributo particularmente importante en ella, es precisamente su grado de confiabilidad y replicabilidad, ya que de otra forma la empresa no podría afirmar que puede hacer o llevar a cabo una tarea determinada (Helfat & Winter, 2011). La comprensión de las relaciones existentes entre los recursos y las acciones, fortalece el entendimiento del porqué algunas empresas logran altos desempeños (Ndofor et al., 2011). Los resultados de este trabajo confirman que las capacidades de personalización masiva y reconfiguración impactan la variabilidad del desempeño operativo, y es precisamente por ese motivo que deben desarrollarse en los procesos organizacionales de la industria maquiladora de exportación. Sin embargo, si el propósito es exceder el desempeño de los competidores, es necesario que dichas capacidades se desplieguen de forma superior (Day, 1994) a fin de generar una ventaja competitiva.

La industria maquiladora está directamente relacionada con el sector manufacturero de los Estados Unidos de América, a través de las exportaciones de insumos intermedios. Su competitividad internacional se manifiesta a través de los costos bajos, la productividad y la dinámica de la producción industrial del sector (Mendoza, 2011). De ahí la relevancia de desarrollar las capacidades como fuentes internas de la mejora del desempeño y la ventaja competitiva (Grant, 1991), generando procesos y rutinas únicos e inimitables –desde la perspectiva de los competidores-, y valiosos y no sustituibles (Barney, 1991; St. John, 2005) desde la perspectiva de los consumidores.

En este trabajo se analizó el impacto de dos capacidades operacionales reconocidas como estratégicas, sobre el desempeño operativo y la ventaja competitiva percibidos. Entre las limitaciones del estudio se menciona que las muestras recolectadas fueron no probabilísticas entre los sectores productivos más representativos del contexto. Esta investigación no distingue entre las diferencias que pudieran existir entre los distintos tipos de industria. Estudios futuros pueden contemplar un análisis estructural multigrupo que permita la comparación entre industrias; asimismo se recomienda entrelazar el desempeño de estas capacidades con otras, buscando comprender su impacto integral de forma conjunta sobre el desempeño operativo, con el objeto de crear las barreras necesarias para mantener la ventaja competitiva de la organización.

REFERENCIAS

Aghdasi, M., Albadvi, A., & Ostadi, B. (2010). Desired organisational capabilities (DOCs): mapping in BPR context. *International Journal of Production Research*, 48 (7), 2029-2053.

Ahmad, S., Schroeder, R. G., & Mallick, D. N. (2010). The relationship among modularity, functional coordination, and mass customization. Implications for competitiveness. *European Journal of Innovation Management*, 13 (1), 46-61.

Amit, R., & Schoemaker, P. J. H. (1993). Strategic Assets and Organizational Rent. *Strategic Management Journal*, 14 (1), 33-46.

Andersén, J. (2011). Strategic resources and firm performance. *Management Decision*, 49 (1), 87-98.

Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach. *Psychological Bulletin*, 103 (3), 411-423.

Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the Evaluation of Structural Equation Models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16 (1), 74-94.

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management* 17(1), 99-120.

Barney, J., & Arian, A. M. (2001). The Resource-based view: origins and implications. In M. A. Hitt, R. E. Freeman & J. S. Harrison (Eds.), *Handbook of Strategic Management* (pp. 124-188): Blackwell Publishing.

Barney, J., & Mackey, T. B. (2005). Testing Resource-Based Theory. In D. J. Ketchen Jr. & D. Bergh (Eds.), *Research Methodology in Strategy and Management* (Vol. 2, pp. 1-14). Lane, Kidlington Oxford: Elsevier.

Bharadwaj, A. S. (2000). A resource-based perspective on information technology capability and firm performance: an empirical investigation. *MIS Quarterly*, 24 (1), 169-196.

Brown, S., & Blackmond, K. (2005). Aligning Manufacturing Strategy and Business- Level Competitive Strategy in New Competitive Environments: The case for Strategic Resonance. *Journal of Management Studies*, 42 (4), 793-815.

Cagliano, R., Acur, N., & Boer, H. (2005). Patterns of change in manufacturing strategy configurations. *International Journal of Operations & Production Management*, 25 (7), 701-718.

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

Collis, D. J. (1994). Research Note: How valuable are organizational capabilities? *Strategic Management Journal*, 15 (Supplement: Trustworthiness as a Source of Competitive Advantage), 143-152.

Dávila, J. C. (2010). The creation of organizational capabilities: evidence from a multinational company. *Management Research: The Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, 8 (3), 183-202.

Day, G. S. (1994). The capabilities of Market-Driven Organizations. *The Journal of Marketing*, 58 (4), 37-52.

Dierickx, I., & Cool, K. (1989). Asset Stock Accumulation and Sustainability of Competitive Advantage. *Management Science*, 35(12), 1504-1511.

Ethiraj, S. K., Kale, P., Krishnan, M. S., & Singh, J. V. (2005). Where do capabilities come from and how do they matter? A study in the software services industry. *Strategic Management Journal*, 26 (1), 25-45.

Flynn, B. B., Wu, S. J., & Melnyk, S. (2010). Operational capabilities: Hidden in plain view. *Business Horizons*, 53 (3), 247-256.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50.

Galunic, D. C., & Rodan, S. (1998). Resource recombination in the firm: knowledge structures and the potential for Schumpeterian innovation. *Strategic Management Journal*, 19(12), 1193-1201.

Govind Menon, A. (2008). Revisiting Dynamic Capability. *IIMB Management Review (Indian Institute of Management Bangalore)*, 20 (1), 22-33.

Grant, R. M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: implication for strategy formulation. *California Management Review*, 33 (3), 114-135.

Grewal, R., & Slotegraaf, R. J. (2007). Embeddedness of Organizational Capabilities. *Decision Sciences*, 38 (3), 451-488.

Hair, J., Bush, R., & Ortinau, D. (2007). *Investigación de Mercados en un ambiente de información cambiante* (2a. ed.). México: Mc Graw Hill.

Hair Jr., J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1999). *Análisis Multivariante* (5a. ed.). Madrid: Prentice Hall Iberia.

Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall.

Helfat, C. E., & Peteraf, M. A. (2003). The dynamic resource-based view: Capability Lifecycles. *Strategic Management Journal*, 24 (10), 997-1010.

Helfat, C. E., & Winter, S. G. (2011). Untangling dynamic and operational capabilities: strategy for the (n)ever-changing world. *Strategic Management Journal*, 32 (11), 1243-1250.

Hu, L.-t., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55.

Hulland, J. (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: a review of four recent studies. *Strategic Management Journal*, 20(2), 195-204.

Itami, H., & Roehl, T. W. (1987). *Mobilizing Invisible Assets*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Kogut, B., & Zander, U. (1992). Knowledge of the firm, combinative capabilities and replication of technology. *Organization Science*, 3 (3), 383-397.

Kotha, S. (1995). Mass customization: Implementing the emerging paradigm for competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 16 (Special Issue: Technological Transformation and the New Competitive Landscape), 21-42.

- Koufteros, X. A., Vonderembse, M. A., & Doll, W. J. (1998). Developing measures of time-based manufacturing. *Journal of Operations Management*, 16 (1), 21-41.
- Kraaijenbrink, J., Spender, J.-C., & Groen, A. J. (2010). The Resource-Based View: A Review and Assessment of Its Critiques. *Journal of Management*, 36 (1), 349-372.
- Leonard-Barton, D. (1992). Core Capabilities and Core Rigidities: A Paradox in Managing New Product Development. *Strategic Management Journal*, 13 (Special Issue: Strategy Process: Managing Corporate Self-Renewal), 111-125.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22 (140), 1-55.
- Mahmood, I. P., Zhu, H., & Zajac, E. (2011). Where can capabilities come from? Network ties and capability acquisition in business groups *Strategic Management Journal*, 32 (8), 820-848.
- Mendoza, J. E. (2011). Local and global determinants of Labour employment in the Mexican maquila industry: a bounds testing co-integration analysis. *Análisis Económico*, XXVI (61), 175-198.
- Meredith, J., & Vineyard, M. (1993). A longitudinal study of the role of manufacturing technology in business strategy. *International Journal of Operations & Production Management*, 13 (12), 3-14.
- Molloy, J. C., Chadwick, C., Ployhart, R. E., & Golden, S. J. (2011). Making Intangibles "Tangibles" in Test of Resource-Based Theory: A Multidisciplinary Construct Validation Approach. *Journal of Management*, 37 (5. Special Issue: Twenty Years of Resource-Based Theory), 1496-1518.
- Nath, P., Nachiappan, S., & Ramanathan, R. (2010). The impact of marketing capability, operations capability and diversification strategy on performance: A resource-based view. *Industrial Marketing Management*, 39 (2), 317-329.
- 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.
- Onken, M. (2011). Strategic Global Mass Customization: Supporting Generic and Global Strategies. *International Journal of Management & Information Systems*, 15 (2), 71-78.
- Pavlou, P. A., & El Sawy, O. A. (2011). Understanding the Elusive Black Box of Dynamic Capabilities. *Decision Sciences*, 42 (1), 239-273.
- Peng, D. X., Schroeder, R. G., & Shah, R. (2008). Linking routines to operations capabilities: A new perspective. *Journal of Operations Management*, 26 (6), 730-748.
- Peppers, D., & Rogers, M. (1997). *The One to One Future: Building Relationships. One Customer at a Time*. (First ed.). New York: Currency Doubleday.
- Pine, J. B., Victor, B., & Boynton, A. C. (1993). Making Mass Customization Work. *Harvard Business Review*, September-October(108-119).
- Porter, M. (1991). Towards a dynamic theory of strategy. *Strategic Management Journal*, 12 (Special Issue), 95-117.

- Ray, G., Barney, J., & Muhanna, W. A. (2004). Capabilities, business processes, and competitive advantage: choosing the dependent variable in empirical tests of the resource based view. *Strategic Management Journal*, 25 (1), 23-37.
- Rojas Soriano, R. (2010). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México: Plaza y Valdés.
- Salvador, F., Rungtusanatham, M. J., & Forza, C. (2004). Supply chain configurations for mass customization. *Production Planning and Control*, 15 (4), 381-397.
- Satorra, A., & Bentler, P. M. (1994). Corrections to test statistics and standard errors in covariance structure analysis. In A. von Eye & C. C. Clogg (Eds.), *Latent variable analysis: Applications for developmental research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Seidel, G., & Back, A. (2009). *Success factor validation for global ERP programmes*. Paper presented at the 17th European Conference on Information Systems.
- Silveira, G. D., Borenstein, D., & Fogliatto, F. S. (2001). Mass customization: Literature review and research directions. *International Journal of Production Economics*, 72 (1), 1-13.
- Slack, N. (1991). *The Manufacturing Advantage*. London: Mercury Books.
- St. John, C. H. (2005). Multi-Theoretical Mixed-Level Research in Strategic Management. In D. J. Ketchen Jr. & D. Bergh (Eds.), *Research methodology in strategy and management* (Vol. 2, pp. 197-223). Lane, Kidlington Oxford: Elsevier.
- Swink, M., & Hegarty, W. H. (1998). Core manufacturing capabilities and their links to product differentiation. *International Journal of Operations & Production Management*, 18 (4), 374-396.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(No. 7), 509-533.
- Tu, Q., Vonderembse, M. A., & Ragu-Nathan, T. S. (2001). The impact of time-based manufacturing practices on mass customization and value to customer. *Journal of Operations Management*, 19 (2), 201-217.
- Upton, D. M. (1994). The management of manufacturing flexibility. *California Management Review*, 36 (2), 72-89.
- Vila López, N., Küster Boluda, I., & Aldás Manzano, J. (2000). Desarrollo y validación de escalas de medida en marketing, *Quaderns de Treball* (Vol. 104): Universitat de València.
- Wu, S. J., Melnyk, S. A., & Flynn, B. B. (2010). Operational Capabilities: The Secret Ingredient. *Decision Sciences*, 41 (4), 721-754.
- Yang, C.-C., Marlow, P. B., & Lu, C.-S. (2009). Assessing resources, logistics service capabilities, innovation capabilities and the performance of container shipping services in Taiwan. *International Journal of Production Economics*, 122 (1), 4-20.
- Yusuf, Y. Y., Sarhadi, M., & Gunasekaran, A. (1999). Agile manufacturing: The drivers, concepts and attributes. *International Journal of Production Economics*, 62 (1-2), 33-43.

Zhang, Q., Vonderembse, M. A., & Lim, J.-S. (2003). Manufacturing flexibility: defining and analyzing relationships among competence, capability, and customer satisfaction. *Journal of Operations Management*, 21 (2), 173-191.

Zott, C. (2003). Dynamic capabilities and the emergence of intraindustry differential firm performance: Insights from a simulation study. *Strategic Management Journal*, 24 (2), 97-125.

BIOGRAFIA

Aurora Irma Máynez-Guaderrama, es Profesora-Investigadora de tiempo completo en el Instituto de Ingeniería y Tecnología de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Ave del Charro y Henry Dunant, Cd. Juárez, Chih. Correo electrónico: amayne@uacj.mx

Judith Cavazos-Arroyo, es Profesora-Investigadora de tiempo completo en el Centro Interdisciplinario de Investigación y Posgrado de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. C. 21 Sur # 1103. Col. Barrio de Santiago, Puebla, Puebla, México. CP 72410. Correo electrónico: judith.cavazos@upaep.mx

Vianey Torres-Arguelles, es Profesora-Investigadora de tiempo completo en el Instituto de Ingeniería y Tecnología de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Ave del Charro y Henry Dunant, Cd. Juárez, Chih. Correo electrónico: vianey.torres@uacj.mx

María Teresa Escobedo-Portillo, es Profesora-Investigadora de tiempo completo en el Instituto de Ingeniería y Tecnología de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Ave del Charro y Henry Dunant, Cd. Juárez, Chih. Correo electrónico: mtescobe@uacj.mx

ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS RECIBIDOS EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Sonia Elizabeth Maldonado-Radillo, Universidad Autónoma de Baja California

Ana Ma. Guillén Jiménez, Universidad Autónoma de Baja California

Rafael Ernesto Carranza Prieto, Universidad Autónoma de Baja California

María Concepción Ramírez Barón, Universidad Autónoma de Baja California

RESUMEN

Este trabajo presenta una investigación de tipo descriptivo, transversal con diseño no experimental sobre la calidad del servicio ofrecido por una institución de educación superior, cuya importancia radica en el hecho de que la información obtenida será de gran utilidad para asegurar el mejoramiento continuo de la institución en donde se lleva a cabo el trabajo. Su objetivo consiste en evaluar la calidad del servicio mediante la satisfacción de los estudiantes con experiencias asociadas al conocimiento recibido y al contexto en que se recibe; para alcanzarlo se trabajó con una muestra de 200 estudiantes de una universidad multicampus. En la recolección de los datos se utilizó un cuestionario integrado por 41 ítems distribuidos en seis variables (Proceso enseñanza-aprendizaje, Servicios, Condiciones de las aulas, Logros personales, TIC empleadas en el proceso y Actitud del profesorado); su confiabilidad fue determinada a través del alfa de Cronbach, obteniendo un índice de confiabilidad de 0.95. Los resultados obtenidos revelan que los estudiantes están bastante satisfechos con los servicios que ofrece la institución, ya que el resultado global de la satisfacción alcanza un promedio de 136.09; no obstante el puntaje promedio, se detectó un 1.5% de estudiantes que se encuentran poco satisfechos.

PALABRAS CLAVE: Satisfacción del Estudiante, Calidad del Servicio, Instituciones de Educación Superior

ANALYSIS OF SERVICE QUALITY RECEIVED FROM HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

ABSTRACT

This study provides descriptive, transversal research with a non-experimental design related to diagnosis of the quality of services provided by a higher education institution, in the Northwest of Mexico. The main goal is to evaluate service quality by student satisfaction; with the associated experiences from their education received. The work was performed with multi campus university students. We considered a template with 41 items distributed on 6 variables (Teaching-learning process, Services, Conditions of the classrooms, Reliability was determined through the Cronbach alpha, obtaining a 0.95 index. The results indicate that the students are satisfied with services the institution provides. Given the global result of satisfaction averaged 136.09; nevertheless the averaged result indicate 1.5% of students are dissatisfied.

JEL: I23

KEYWORDS: Student Satisfaction, Service Quality, Higher Education Institutions

INTRODUCCIÓN

Sobre el tema de la calidad existe una gran cantidad de literatura que identifica los modelos, las posturas e infinidad de definiciones pero para acotar, aquí como concepto general, diremos que “la calidad comprende la totalidad de las características de una organización que influyen en su capacidad para satisfacer necesidades declaradas o implícitas” CEPAL (1999). Esto es, la mejor calidad es la que satisface el requerimiento especificados por el cliente, al menor costo para él.

En el contexto de la educación superior, el transcurso del tiempo ha cambiado la concepción de la calidad en estas organizaciones. Hasta la década del 60 del siglo pasado, se presuponía la calidad basada en la tradición de la institución, en la exclusividad de los profesores, alumnos y recursos materiales; actualmente la situación es distinta porque el fenómeno de la globalización afectó sustancialmente esta concepción, ahora la sociedad está exigiendo una forma diferente de universidad, se exige que el conocimiento impartido sea aplicado a su entorno, que sea pertinente y genere un impacto positivo en éste (Águila, 2005). Dentro de los factores que han cambiado esa concepción, se encuentran la masificación de los ingresos, las condiciones actuales de los recursos (materiales y humanos, la proliferación no controlada de las universidades privadas y otras instituciones, y la disminución del financiamiento incremental. Este nivel de exigencia ha aumentado considerablemente la preocupación por la calidad de la educación superior (Fernández et al., 2010) de ahí el enorme interés por mejorarla; los factores que han motivado este acontecimiento son diversos, destacando por un lado: las expectativas de la sociedad respecto a los cambios en la estructura demográfica, el aumento del número de instituciones privadas, o bien por la reducción el financiamiento; y por otro, las exigencias institucionales relacionados con políticas de certificación o acreditación que implican procesos de autoevaluación y retroalimentación relacionados con la misión y los objetivos institucionales (De la Fuente, Marzo y Reyes, 2010).

Sobre el concepto de calidad, existen cuatro perspectivas básicas coexistiendo: calidad como excelencia, calidad como ajuste a las especificaciones, calidad como valor y calidad como satisfacción de las expectativas de los usuarios o consumidores. Las primeras tres se centran en la consecución de estándares o criterios objetivos, aspectos cuantificables para medir la calidad, mientras que la cuarta se enfoca en la perspectiva de los usuarios (clientes), por lo cual ésta se asocia más a la calidad del servicio (Morales, 2004). Las instituciones de educación superior (IES) se consideran como un proveedor de servicios de conocimiento intensivo y aun cuando no existe consenso en lo que respecta a la delimitación de sus clientes, se presentan dos posturas, una sostiene: ya que los estudiantes o alumnos reciben el conocimiento o enseñanza, son en esencia clientes prioritarios de uso intensivo de esos conocimientos (De la Fuente, et al., 2010). La otra postura argumenta que considerar a los estudiantes como clientes de una universidad es totalmente inadecuado por lo cual puede causar una interpretación errónea de esa relación universidad-estudiante ya que al examinarla, se encuentran más semejanzas entre las características de la relación ciudadano-autoridad que en las características de la relación cliente-proveedor (Zineldin, et al., 2012). No obstante la posturas, dadas las similitudes puede considerarse que la satisfacción de los estudiantes con la educación que reciben en las IES es un buen referente en la valoración de la calidad de estas instituciones (Gento y Vivas, 2003).

De hecho, la gran mayoría de los estudios que existen en la literatura académica respecto al sector de los servicios se centran en la relación entre la calidad de los servicios y la satisfacción. Pocos estudios se han llevado a cabo para investigar la relación entre la técnica y dimensiones funcionales de calidad y el nivel de satisfacción de los estudiantes universitarios. Casi en ninguno de los trabajos identificados la repercusión de factores como la atmósfera, la infraestructura, la honestidad de los expositores del conocimiento en la calidad de la percepción y satisfacción de los estudiantes (Zineldin, et al., 2012).

Considerando que las instituciones de educación superior requieren de información sobre la calidad de los servicios académicos y administrativos que brindan y atendiendo al reto de la educación del siglo XXI: la

búsqueda de la calidad, con el fin de establecer prioridades para orientar el mejoramiento interno de sus procesos educativos, se establece el objetivo de este trabajo que consiste en evaluar la calidad del servicio ofrecido por una institución de educación superior mediante la satisfacción de los estudiantes con experiencias asociadas no solo al conocimiento recibido sino también al contexto en que se recibe.

Para alcanzarlo se parte de una investigación empírica, no experimental y descriptiva, utilizando un instrumento de medición construido tomando como referencia el cuestionario empleado por Gentos y Vivas (2003). El propósito del estudio es que una vez construido el instrumento pueda servir para describir los factores que, desde la percepción de los estudiantes, determinan la calidad de las instituciones de educación superior. La información obtenida será de gran utilidad para asegurar el mejoramiento continuo de la institución en donde se lleva a cabo el trabajo.

La investigación se llevo a cabo en una institución pública de educación superior, tipificada como multicampus y temporalmente cubre el periodo 2012-1 El presente trabajo se encuentra organizado en apartados. En la revisión literaria se presentan los fundamentos teóricos relevantes para la investigación, insertando el modelo de relación entre las variables del estudio; el segundo apartado, se refiere al método de investigación que se define como descriptivo con diseño no experimental e incluye el perfil demográfico de los participantes que contextualizan los hallazgos; en el apartado de resultados se expone el análisis de la información recabada que se presenta en tablas y; finalmente, en el último apartado se plantean las conclusiones y limitaciones del estudio

REVISIÓN DE LA LITERATURA

La calidad del servicio es un tema que alcanzado gran relevancia a partir de la década de los 90. Su creciente importancia radica en el hecho de que ha dejado de ser una estrategia diferenciadora empleada para aumentar la productividad, pasando a ser un instrumento para ganar la lealtad de los clientes o para mejorar la imagen de la organización y por tanto, lograr cuota y presencia en el mercado lo cual conlleva a la obtención de una ventaja competitiva (Gálvez, 2011).

La primera definición sobre el concepto de calidad percibida del servicio aparece en los trabajos de Grönroos (1983,1984) citado por Varela et al. (2006). Para Grönroos (1983), la fuente de información principal para medir la calidad es la percepción del consumidor. Por su parte los clásicos en el tema, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) definen la calidad percibida como la amplitud de la discrepancia o la diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes (servicio esperado) y sus percepciones (servicio percibido). El concepto de calidad del servicio se refiere a la calidad percibida, es decir, al juicio global, o actitud, relacionada con la superioridad del servicio; de ahí que, la calidad percibida sea subjetiva y posee una característica multidimensional (Duque, 2005). Es evidente que la calidad del servicio se ha convertido en una clave para lograr el éxito de las organizaciones; por tal razón es necesario vigilar las actitudes, la forma del trato, la comunicación, las garantías, las percepciones, los comportamientos que la organización le brinda al cliente porque la calidad la define el cliente, no la organización, siendo éstos los que juzgan la calidad y por ende la carga subjetiva (Grönroos, 1994, citado por Gálvez, 2011). De ahí la importancia que reviste la satisfacción del cliente con el servicio recibido.

Por lo que se refiere a la calidad de los servicios de las IES, en la actualidad no existe una definición unánimemente aceptada sobre el concepto de satisfacción del estudiante; de hecho, cada investigador elabora su propia concepción según el objetivo de su trabajo. De esta manera, existen autores como los citados por De la Fuente, et al. (2010) que consideran a la satisfacción como un antecedente de la lealtad del estudiante y por tanto, sostienen que ambos conceptos se encuentran estrechamente relacionados. Otros autores, los cuales son mayoría, consideran que en las universidades la satisfacción del alumno está vinculada al proceso educativo y en consecuencia, ésta tiene que ver con la calidad de la enseñanza

(Gento y Vivas, 2003). Estos autores conciben que desde la percepción del alumnado es posible evaluar la calidad de las instituciones universitarias (González, 2003; Hernández, et al., 2010 y Casero, 2010).

La Tabla 1 describe algunos de los modelos más recientes para medir la calidad de los servicios de las instituciones de educación superior así como las variables estudiadas.

Tabla 1: Variables Estudiadas

Autores	Estudio	Variables
Gento y Vivas (2003)	El SEUE: un instrumento para conocer la satisfacción de los estudiantes universitarios con su educación	Satisfacción por el cumplimiento de las necesidades básicas. Satisfacción con los servicios ofrecidos a los estudiantes. Satisfacción por su seguridad vital. Satisfacción por su seguridad económica. Satisfacción por su seguridad emocional. Satisfacción por la pertinencia a la Institución o al grupo de alumnos. Satisfacción por el sistema de trabajo. Satisfacción por el progreso o éxito personal Satisfacción por el prestigio o reconocimiento del éxito profesional. Satisfacción por la autorrealización personal.
Fernández et al. (2007)	Éxito académico y satisfacción de los estudiantes con la enseñanza universitaria	Satisfacción general con el trabajo que realiza el profesor Satisfacción con las condiciones físicas en las que se desarrolla la docencia
Salinas, Morales y Martínez (2008)	Satisfacción del estudiante y calidad universitaria: un análisis explicatorio en la unidad académica multidisciplinaria agronomía y ciencias de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, México	Satisfacción con la labor del profesor Satisfacción con la Planificación de la Asignatura. Satisfacción con la Unidad Académica. Satisfacción con la Universidad.
Hernández, et al., 2010	Evaluación de la satisfacción académica de los estudiantes de la licenciatura en didáctica del francés	Niveles de satisfacción en el proceso académico. Niveles de satisfacción en relación con la docencia. Niveles de satisfacción con el desarrollo personal y profesional. Niveles de satisfacción con las relaciones interpersonales. Niveles de satisfacción con la implicación con la carrera. Niveles de satisfacción con la organización curricular y administrativa.
De la Fuente, et al. (2010)	Análisis de la satisfacción universitaria en la facultad de ingeniería de la universidad de Talca	Satisfacción con el personal (profesorado y de servicios) Satisfacción global de los estudiantes (instalaciones, oportunidades de carrera, reputación, otros servicios)
Zineldin, et al., 2012	Gestión de relaciones totales (TRM) y Modelo 5Qs, como una nueva técnica de gestión: un estudio comparativo para el sector del conocimiento intensivo	Calidad de la enseñanza Calidad del proceso Calidad de la infraestructura Calidad de la interacción y comunicación Calidad del ambiente

En esta tabla se muestran el tipo de variables estudiadas en algunos de las investigaciones más recientes sobre la satisfacción de los alumnos en la enseñanza superior, éstas fluctúan entre dos y diez variables

Del análisis de las investigaciones realizadas sobre la calidad percibida en las IES, se puede apreciar que varían en cuanto al número y contenido de las variables estudiadas; como se aprecia en la Tabla 1, Salinas, et al. (2008) y Hernández, et al. (2010) únicamente analizan la satisfacción de los estudiantes respecto al proceso enseñanza aprendizaje, mientras que los otros autores amplían su estudio a la experiencia de los alumnos en relación al conjunto de servicios ofertados e incluso consideran aspectos relativos las instalaciones físicas. En esta investigación se aborda la calidad del servicio recibidos entendida como la capacidad de la IES para satisfacer las necesidades de sus estudiantes con base en 6 variables descritas en el modelo de relaciones que se propone en la Figura 1.

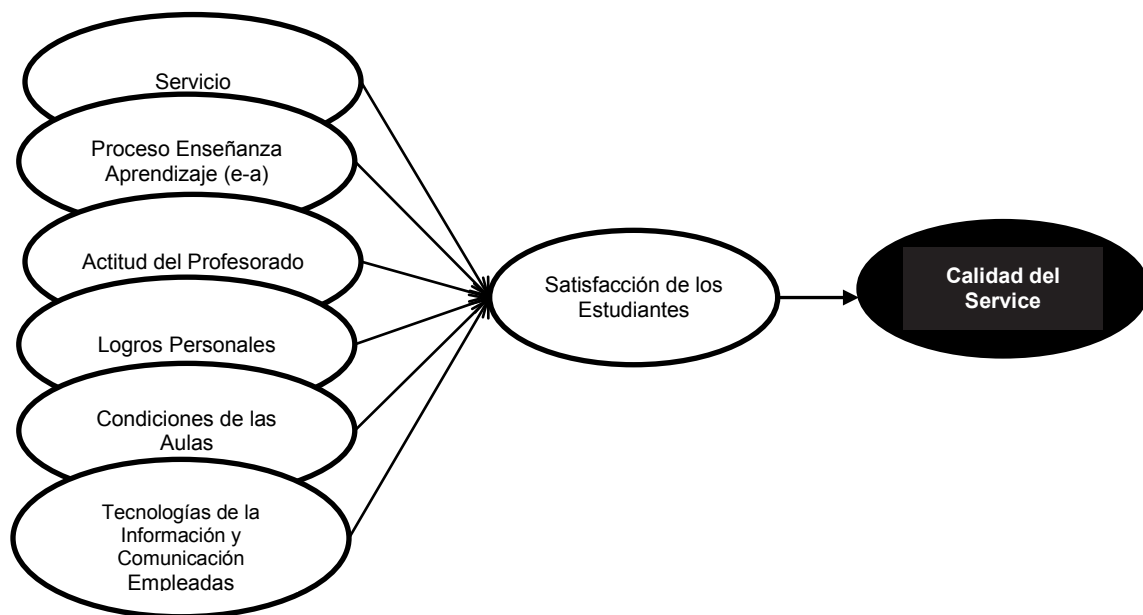
Este modelo se basa en el supuesto de que el proceso enseñanza-aprendizaje, los servicios, la actitud del profesorado, las tecnologías de la información y comunicación (TIC), los logros personales y las condiciones de las aulas generan una mayor satisfacción en los estudiantes De esa manera, considerando que la satisfacción de los estudiantes está estrechamente asociada a la calidad del servicio, la hipótesis de trabajo es: Cuanto más satisfecho se sienta el estudiante mayor es la calidad del servicio de la IES.

METODOLOGÍA

Con la finalidad de alcanzar el objetivo propuesto, se realizó un estudio transversal con diseño no experimental, caracterizado como descriptivo porque pretende especificar las características de los

fenómenos estudiados (Hernández et al., 2006). El universo de estudio se constituye por estudiantes de una institución de educación superior (multicampus) del estado de Baja California perteneciente a la región noroeste de la República Mexicana. Esta institución opera como un organismo descentralizado en la figura de universidad pública estatal; tiene presencia en los cinco municipios de la entidad y sus unidades se encuentran distribuidas en tres campus, los cuales se denominan: Ensenada, Mexicali y Tijuana. La selección de los estudiantes se realizó a través de un muestreo por juicio (Tabla 2), el cual se lleva a cabo a partir de criterios conceptuales definidos por el investigador (Mejía, 2000); en este caso el criterio clasificatorio de la muestra fue estudiar a los estudiantes de la Facultad de Ciencias, Facultad de Medicina y Facultad de Arquitectura. La ficha técnica de este estudio se describe en la Tabla 3.

Figura 1: Modelo de Relaciones Entre Variables



En esta figura se describen las seis variables estudiadas para determinar la calidad del servicio proporcionado por las IES basada en la satisfacción de los estudiantes. Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Perfil de los Participantes

Característica	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sexo		
Femenino	106	53.0
Masculino	89	44.5
No especificó	5	2.5
Edad (Años)		
Menos de 20	87	43.5
Entre 21 y 25	105	52.5
Entre 26 y 30	6	3.0
Entre 31 y40	2	1.0
Etapas que cursa		
Básica	89	44.5
Disciplinaria	70	35.0
Terminal	37	18.5
No especificó	4	2.0
Campus de procedencia del estudiante		
Ensenada	56	28.0
Mexicali	80	40.0
Tijuana	64	32.0

Esta Tabla describe el perfil demográfico de los participantes de este estudio, que en su mayoría son de sexo femenino y estudiantes de la etapa básica Fuente: Elaboración propia con resultados de trabajo de campo

Tabla 3: Ficha Técnica de la Investigación

Ámbito Geográfico	Baja California, México
Tipo De Investigación	Descriptiva, Transversal
Población	3 401 Estudiantes De Universidades Públicas
Tipo De Muestreo	No Probabilístico, Por Criterio
Tamaño De La Muestra	200 Estudiantes
Herramienta Aplicada	Cuestionario Autoadministrado
Periodo De Recogida De La Información	Febrero A Abril De 2012
Análisis Estadístico	Análisis Descriptivo

En Esta Tabla Se Resumen Las Principales Características Del Trabajo De Investigación. Fuente: Elaboración Propia

En la recolección de los datos se utilizó un cuestionario elaborado sobre la base del instrumento SEUE (Satisfacción de los Estudiantes Universitarios con la Educación) de Gento y Vivas (2003). Este instrumento se integra por 41 ítems cuya categoría de respuestas fue en escalamiento numérico de cinco valores, donde (1) corresponde a totalmente insatisfecho y (5) a totalmente satisfecho. La aplicación del instrumento se realizó en el transcurso del primer semestre 2012, la confiabilidad del instrumento se corroboró a través del α de Cronbach el cual fue de 0.95, dato que según George y Mallery (1995), podría considerarse con un nivel bueno, para su aplicación. En el análisis de los datos se utilizó el paquete *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) para frecuencias, estadísticos descriptivos, la confiabilidad (α de Cronbach). El valor total de la satisfacción de los estudiantes (resultado global) se calcula mediante el cociente de la sumatoria de las valoraciones en cada uno de los 41 ítems que forman el cuestionario entre el número de cuestionarios aplicados.

$$\text{Satisfacción del Estudiante} = V/N$$

Donde V es igual a la sumatoria de las valoraciones en cada uno de los cuarenta y un ítems y N es igual al número de cuestionarios aplicados. Para estimar cada una de las variables, se aplica la misma fórmula y V sería la sumatoria en cada uno de los ítems que lo conforman de acuerdo a la Tabla 4. La interpretación del resultado se realiza a partir de la escala de valoración de la Tabla 5.

Tabla 4: Variables de la Satisfacción del Estudiante

Variable	Definición Operacional	Ítems
Servicios	Es La Satisfacción De Los Estudiantes Con Los Servicios Ofrecidos Por La Institución	8, 9, 10, 12, 17, 18, 21, 33, 34, 36, 37, 38 Y 39
Proceso Enseñanza-Aprendizaje	Es La Satisfacción De Los Estudiantes Con La Manera De Organizar El Proceso Enseñanza-Aprendizaje.	19, 20, 22, 23, 24, 25, 26 Y 32
Actitud Del Profesorado	Es La Satisfacción De Los Estudiantes Con Respecto A La Actitud Y Comportamiento Del Profesorado.	27, 28, 29, 30, 31 Y 35
Logros Personales	Es La Satisfacción De Estudiante Con Los Conocimientos Y Las Destrezas Adquiridas Durante El Proceso Enseñanza-Aprendizaje.	1, 2, 3, 4 Y 5
Condiciones De Las Aulas	Es La Satisfacción Del Estudiante Por Las Condiciones De Las Aulas Que Garantizan Un Adecuado Desarrollo Del Proceso Enseñanza-Aprendizaje.	40, 41, 42, 43 Y 44
Tecnologías De La Información Y Comunicación	Es La Satisfacción De Los Estudiantes Por Las Tecnologías De La Información Y Comunicación Empleadas Durante El Proceso De Enseñanza-Aprendizaje Y Que Se Encuentran Disponibles Dentro De La Organización.	13, 14, 15 Y 16

En esta tabla se muestra la definición operacional de las variables de esta investigación y que constituyen la satisfacción del estudiante; así mismo, se indica el número de ítems que compone cada una de las variables. Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS

Nivel de Satisfacción Global

El nivel de satisfacción de los estudiantes se determinó comparando el resultado global de la satisfacción ($\mu=136.09$) contra la escala de valoración de la Tabla 5, encontrando que los estudiante de la institución

se sienten bastante satisfechos con los servicios que se ofrecen. La satisfacción de los estudiantes se muestra en la Tabla 6, en donde se observa encontrando que únicamente 1.5% (equivalente a tres) de los estudiantes están poco satisfechos con los servicios que se ofrecen en la institución, mientras que el 63.8% de los estudiantes se encuentran bastante o totalmente satisfechos.

Tabla 5: Baremo de Intensidad para la Satisfacción del Estudiante

Rango		Categoría
1	→	41
42	→	82
83	→	123
124	→	164
165	→	205
		Totalmente insatisfecho
		Poco Satisfecho
		Satisfecho
		Bastante satisfecho
		Totalmente satisfecho

El cuestionario se integró por 41 ítems, en donde cada ítem tiene 5 alternativas de respuesta (Likert), cada respondiente debe seleccionar sólo una respuesta para cada ítem, por tanto el valor máximo por cuestionario es 205, con base en esto, se establecieron los intervalos de puntuaciones indicados en este baremo, haciendo una partición equitativa de dicho rango. Fuente: Elaboración propia

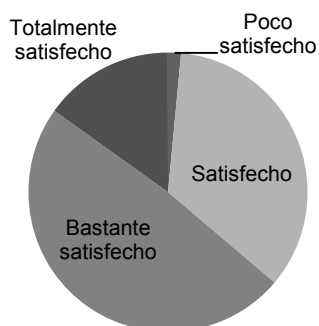
Tabla 6: Nivel de Satisfacción de los Estudiantes de Todos los Campus

	Frecuencia	Porcentaje
Poco Satisfecho	3	1.5
Satisfecho	69	34.7
Bastante Satisfecho	97	48.7
Totalmente Satisfecho	30	15.1
TOTAL	200	100.0

En esta tabla describen las diferentes categorías de la Satisfacción Global de los estudiantes expresada en porcentaje; en ella se observa que únicamente 1.5% (equivalente a tres) de los estudiantes están poco satisfechos con los servicios que se ofrecen en la institución y que la mayoría 63.8% están bastante o totalmente satisfechos. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de campo.

Los resultados encontrados en esta investigación difieren del estudio de Zineldin et al. (2012) en estudiantes turcos y egipcios quienes tienen más altos porcentajes (entre 14-21%) de insatisfacción respecto a los servicios que ofrecen las instituciones donde se imparte su educación.

Figura 2: Satisfacción Global



En esta figura se representa el nivel de satisfacción global de los estudiantes con respecto a los servicios que ofrece la institución de educación superior, se observa que la mayoría de los estudiantes se encuentra bastante satisfecho (48.7%) y totalmente satisfechos (15.1%). Fuente: Elaboración propia a partir de datos de campo

Nivel de Satisfacción por Campus

Se analizó el grado de satisfacción por campus de procedencia detectando que, de manera general, los estudiantes se encuentran satisfechos con los servicios que reciben de la institución. Específicamente los estudiantes del campus Mexicali presentan el mayor grado de satisfacción respecto a los estudiantes de

los otros dos campus (Ensenada y Tijuana); adicionalmente el análisis reveló que los 3 estudiantes que se encuentran poco satisfechos pertenecen al campus Tijuana (Tabla 7).

Tabla 7: Nivel de Satisfacción por Campus

Campus de procedencia del estudiante	Grado de Satisfacción del Estudiante	Frecuencia	Porcentaje
Ensenada	Satisfecho	25	45.5
	Bastante Satisfecho	25	45.5
	Totalmente Satisfecho	5	9.1
	Total	55	100.0
Tijuana	Poco Satisfecho	3	3.8
	Satisfecho	30	37.5
	Bastante Satisfecho	37	46.3
	Totalmente Satisfecho	10	12.5
Total	80	100.0	
Mexicali	Satisfecho	14	21.9
	Bastante Satisfecho	35	54.7
	Totalmente Satisfecho	15	23.4
	Total	64	100.0

Aquí se muestra el nivel de satisfacción de los estudiantes por campus de procedencia, observando que solamente en el campus Tijuana existen 3 estudiantes poco satisfechos, situación que no ocurre en los otros dos campus. Respecto a la satisfacción total, el campus Mexicali tiene la mayor cantidad de estudiantes totalmente satisfechos 23.4% mientras que campus Tijuana tiene 12.5% y campus Ensenada solamente alcanza un 9.1%

Para corroborar lo anterior se trabajaron los estadísticos descriptivos, encontrando que el promedio de puntaje en esta evaluación fue de 136.09 (Tabla 8) y que, efectivamente, los estudiantes del campus Mexicali presentan la satisfacción más elevada ($\mu=146.39$) y la más baja ($\mu=130.44$) los estudiantes que proceden del campus Tijuana.

Tabla 8: Estadísticos Descriptivos de la Satisfacción del Estudiante por Campus

Campus	Media	95% Intervalo de confianza		Mediana	Varianza	Desviación Estándar	Mínimo	Máximo	Rango
		Limite Inferior	Limite Superior						
Ensenada	132.33	125.79	138.87	127.00	585.298	24.193	92	206	114
Tijuana	130.44	124.06	136.82	130.50	822.553	28.680	61	193	132
Mexicali	146.39	140.22	152.56	146.50	609.543	24.689	101	203	102
SATISFACCIÓN GLOBAL:	136.09	132.31	139.87	136.00	732.901	27.072	61	205	145

Esta tabla describe para los diferentes campus de la IES la media, la desviación típica, los límites de intervalo de confianza para la media al 95% y los valores máximo y mínimo. Ahí puede evidenciar que las medias guardan entre sí una relación más o menos equivalente; comparativamente el promedio más alto ($\mu=146.39$) le corresponde al grupo de los estudiantes del campus Mexicali mientras que, el más bajo ($\mu=130.44$) al grupo de los estudiantes que proceden del campus Tijuana.

Nivel de Satisfacción por Variable

Se analizó el nivel de satisfacción de cada una de las variables del modelo y los hallazgos se explican en función de la insatisfacción o poca satisfacción con la intención de ubicar las debilidades de la institución en materia de los servicios ofertados.

En el caso de los Servicios, el 5.5% de los estudiantes se manifiesta su insatisfacción o poca satisfacción respecto a los servicios ofertados que tienen relación con diversos aspectos académicos, tales como la asignación de becas, cursos intersemestrales, la vinculación con futuros centros de trabajo, la incorporación de nuevas tecnologías de la enseñanza, entre otros (Tabla 9). En contraparte, el 50.5% se encuentra bastante o totalmente satisfechos estos servicios. La valoración de estos resultados tienen similitud con los detectados por De la Fuente, et al. (2010).

Tabla 9: Nivel de Satisfacción Respecto a los Servicios

		Frecuencia	Porcentaje
Grado de Satisfacción	Poco Satisfecho	11	5.5
	Satisfecho	88	44.0
	Bastante Satisfecho	71	35.5
	Totalmente Satisfecho	30	15.0
	TOTAL	200	100.0

En esta tabla se observa el grado de satisfacción de los estudiantes en relación a los servicios que ofrece la institución; solamente el 5.5% se siente poco satisfechos con éstos mientras que la mayoría, esto es, un 50.5% se encuentra bastante o totalmente satisfechos con los servicios de diversos aspectos académicos ofertados por la institución. Fuente: Elaboración propia con datos de campo.

Para el Proceso enseñanza-aprendizaje que únicamente el 2.0% de los estudiantes están poco satisfechos con éste, o cual significa que están satisfechos con forma en que la institución organiza este proceso (Tabla 10), mientras que el 98.0% está satisfecho con el proceso. Lo anterior difiere de lo encontrado en los estudios de Zineldin et al. (2012), quienes detectaron que tanto el 21% de los estudiantes turcos y el 24% de los estudiantes egipcios opinan que el contenido de sus clases es mala o muy mala.

Tabla 10: Nivel de Satisfacción Respecto al Proceso Enseñanza-Aprendizaje

		Frecuencia	Porcentaje
Grado de Satisfacción	Poco Satisfecho	4	2.0
	Satisfecho	51	25.5
	Bastante Satisfecho	102	51.0
	Totalmente Satisfecho	43	21.5
	TOTAL	200	100.0

En esta tabla puede apreciarse que el 98% de los estudiantes están satisfechos con la manera en que la institución organiza el proceso enseñanza-aprendizaje; mientras que un porcentaje muy bajo (2.0%) se encuentra poco satisfecho. Fuente: Elaboración propia con datos de trabajo de campo.

En relación a las Actitudes del profesorado el 4.0% de los estudiantes se encuentra poco satisfecho con respecto a la actitud y comportamiento del profesorado, en lo relativo a la asistencia a clase de los profesores, la orientación que reciben de éstos, la metodología de enseñanza aplicada, el sistema de evaluación y el nivel de exigencia. (Tabla 11). Estos resultados difieren de los encontrados por Zineldin et al. (2012) ya que en este caso, el 14.1% de los estudiantes turcos y el 22 % de los estudiantes egipcios consideran que la respuestas de sus profesores hacia sus necesidades en mala o muy mala.

Tabla 11: Nivel de Satisfacción Respecto a la Actitud del Profesorado

		Frecuencia	Porcentaje
Grado de Satisfacción	Poco Satisfecho	8	4.0
	Satisfecho	60	30.2
	Bastante Satisfecho	87	43.7
	Totalmente Satisfecho	42	21.1
	Valores Perdidos	3	
	TOTAL	200	

En esta tabla se describe la satisfacción de los estudiantes en relación a la actitud que tiene el profesorado. En términos generales se aprecia con un buen nivel de satisfacción pues el 64% está bastante o totalmente satisfecho con el comportamiento de los profesores y solamente un bajo porcentaje (4.0%) se encuentra poco satisfecho. Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo.

En el caso de la variable de Logros personales, es poca la satisfacción al respecto puesto que solamente el 4.0% de los estudiantes se manifiesta en ese sentido; lo cual indica que el 68.0% están bastante o totalmente satisfechos con los conocimientos adquiridos, con las calificaciones obtenidas, con la información ciudadana alcanzada, con el dominio de técnicas y con el desarrollo personal (Tabla 12). Estos hallazgos son coincidentes con los expresados en el estudio de los autores Fernández, et al. (2007).

Tabla 12: Nivel de Satisfacción Respecto a los Logros Personales

		Frecuencia	Porcentaje
Grado de Satisfacción	Poco Satisfecho	8	4.0
	Satisfecho	56	28.0
	Bastante Satisfecho	82	41.0
	Totalmente Satisfecho	54	27.0
	Total	200	100.0

Esta tabla muestra la satisfacción de los estudiantes respecto a los resultados obtenidos durante el proceso enseñanza-aprendizaje, el 68.0% de los estudiantes está bastante o totalmente satisfecho con lo que ha logrado personalmente a través de los servicios que le ofrece la institución y únicamente el 4.0% de ellos se encuentra poco satisfecho. Fuente: Elaboración propia a través de trabajo de campo.

Sobre las Condiciones de las aulas, el 10.0% de los estudiantes asegura estar poco satisfecho con las condiciones presentan las aulas, eso significa que no están satisfechos en relación a aspectos tales como: la limpieza, la ventilación, los ruidos, la comodidad del mobiliario y las instalaciones sanitarias (Tabla 13). Estos hallazgos contrastan con lo encontrado por Zineldin, et al. (2019) quienes detectaron que 18.8% de los estudiantes turcos y el 27% de los estudiantes egipcios consideran malas o muy malas la calidad de la infraestructura de las aulas.

Tabla 13: Nivel de Satisfacción Respecto a las Condiciones de las Aulas

		Frecuencia	Porcentaje
Grado de Satisfacción	Poco Satisfecho	20	10.0
	Satisfecho	96	48.0
	Bastante Satisfecho	65	32.5
	Totalmente Satisfecho	18	9.0
	Valor perdido	1	.5
	Total	200	100.0

Esta tabla muestra la satisfacción de los estudiantes respecto a las condiciones que presentan los espacios en donde se desarrolla el proceso enseñanza-aprendizaje; la mayoría de los estudiantes se encuentra bastante o totalmente satisfechos (41.5%) con las condiciones físicas de las instalaciones y solamente un 10% manifiesta estar poco satisfechos con estos aspectos.

Finalmente, respecto a la TIC empleadas en el proceso enseñanza-aprendizaje, el 10.5% de los estudiantes se encuentra totalmente insatisfecho o poco satisfecho con las TIC utilizadas y disponibles en la organización; esto es, existe cierto grado de insatisfacción el proceso de admisión, en el acceso a internet y al uso del correo electrónico, al acceso a computadores para realizar sus trabajos académicos (Tabla 14). Esta percepción de los estudiantes esta en concordancia con lo encontrado con Zineldin, et al. (2012) para estudiantes turcos y egipcios.

Tabla 14: Nivel de Satisfacción Respecto a las TIC Empleadas en el Proceso e-a

		Frecuencia	Porcentaje
Grado de Satisfacción	Totalmente Insatisfecho	1	.5
	Poco Satisfecho	20	10.0
	Satisfecho	90	45.0
	Bastante Satisfecho	53	26.5
	Totalmente Satisfecho	36	18.0
	Total	200	

En esta tabla se muestra el 10.5% de los estudiantes está totalmente insatisfecho o poco satisfecho con las tecnologías de la información y comunicación empleadas durante el proceso enseñanza-aprendizaje; mientras que el 71.5% está bastante o totalmente satisfecho con los servicios relacionados con Tecnologías de la Información. Elaboración propia partir de datos de campo.

En el análisis de las variables puede advertirse que los estudiantes mexicanos, en oposición a estudiantes de otros países tienen una mejor opinión respecto a la calidad de los servicios que ofrecen las instituciones de educación superior y por lo tanto se encuentran más satisfechos.

CONCLUSIONES

El propósito fundamental de estudio consistió en evaluar la calidad del servicio ofrecido por una institución de educación superior mediante la satisfacción de los estudiantes con experiencias asociadas no solo al conocimiento recibido sino también al contexto en que se recibe. Con base en la escala de valoración y los resultados encontrados, la conclusión principal de este trabajo es que los estudiantes están bastante con los servicios que ofrece la institución. El resultado global de la satisfacción alcanza un promedio de 136.09; no obstante el puntaje promedio, se detectó un 1.5% de estudiantes que se encuentran poco satisfechos. En relación a la satisfacción de los estudiantes por campus de procedencia, se encontró que los estudiantes del campus Mexicali presentan un mejor nivel de satisfacción ($\mu=146.39$) respecto a los otros dos campus y el campus Tijuana se ubica en el menor nivel de satisfacción ($\mu=130.44$).

Respecto al grado de satisfacción de las variables estudiadas, la variable que presenta el menor nivel de satisfacción es la vinculada a las TIC ya que el 10.5% los estudiantes se encuentra totalmente insatisfecho o poco satisfecho con las tecnologías de la información y comunicación empleadas durante el proceso de enseñanza-aprendizaje y que se encuentran disponibles dentro de la organización; esto seguida de la variable Condiciones de las aulas pues el 10.0% de los estudiantes manifiesta su poca satisfacción respecto a las condiciones en que se encuentran las aulas y que garantizan un adecuado desarrollo del proceso enseñanza-aprendizaje. La variable detectada con el mayor nivel de satisfacción es el Proceso enseñanza-aprendizaje que únicamente el 2.0% de los estudiantes están poco satisfechos con éste, o cual significa que el 98% están satisfechos con la organización de este proceso.

Estos resultados conducen a reconocer que la institución, congruente con su filosofía, encamina sus esfuerzos hacia el mejoramiento de la calidad de los servicios relacionados con su función sustantiva que es fundamentalmente los procesos y productos del quehacer de sus estudiantes. La aportación de este estudio descriptivo, es la detección de elementos para la implementación de estrategias que permitan abatir las debilidades encontradas en los espacios recreativos y en los servicios académicos ofertados.

No obstante, los resultados aquí expuestos deberán tomarse con reserva ya que en la investigación la selección de los estudiantes se realizó a través de un muestreo por juicio y no se tiene la seguridad de que cada unidad muestral integre a la población total en el proceso de selección de la muestra. Además, estos hallazgos deben interpretarse como una tendencia de la situación, por tanto no informan las razones de la satisfacción o insatisfacción; de ahí que, estas particularidades constituyen limitantes a este estudio.

Aun con lo anteriormente señalado, la información obtenida resulta útil para el establecimiento de un marco de referencia para investigaciones posteriores, en este sentido, sería recomendable que en futuras investigaciones se ampliara el diseño muestral para lograr una representatividad más importante y se aplicaran otros instrumentos o técnicas para indagar sobre las razones de insatisfacción.

REFERENCIAS

Águila, V. (2005). El concepto de calidad en la educación universitaria: Clave para el logro de la competitividad institucional, *Revista Iberoamericana de Educación*, Vol. 35/5, en: http://www.rioei.org/deloslectores_Calidad_de_la_Educacion.htm

Casero, A. (2010). Factores moduladores de la percepción de la calidad docente. *RELIEVE*, v. 16, n. 2, p. 1-17. http://www.uv.es/RELIEVE/v16n2/RELIEVEv16n2_3.htm

CEPAL (Secretaría de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (1999). Las Normas ISO 9000: Calidad como estrategia de mercado, Boletín FAL # 152

De la Fuente, H., Marzo, M. y Reyes, M. (2010). Analisis de la satisfacción universitaria en la facultad de ingeniería de la universidad de Talca, Ingeniare. Revista Chilena de ingeniería, Vol. 18, No. 3, pp. 350-363

Duque, E. (2005). Revisión del concepto calidad del servicio y sus modelos de medición, INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales, Universidad Nacional de Colombia, Enero a Junio 2005, pp.64-77

Fernández, J.E., Fernández, S., Álvarez, A. y Martínez, P. (2007). Éxito académico y satisfacción de los estudiantes con la enseñanza universitaria. *RELIEVE*, v. 13, n. 2, p. 203-214.

Fernández, R., González, L., Fernández, N. y Segura, M. (2010). Calidad Universitaria: Expectativas de los estudiantes recién incorporados, Revista Nacional de Administración, Vol. 1. No. 2, pp.17-30

Gálvez, P. (2011). Cuestionario para evaluar la calidad de servicios deportivos: Estudio inicial de las propiedades psicométricas, Tesis Doctoral, Universidad de Málaga, Consultado en: http://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4721/TDR_GALVEZ_RUIZ.pdf?sequence=6

Gento, S. y Vivas, M. (2003). El SEUE: un instrumento para conocer la satisfacción de los estudiantes universitarios con su educación, Acción Pedagógica, Vol. 12, No. 2, pp.16-27

González, I. (2003): Determinación de los elementos que condicionan la calidad de la universidad: Aplicación práctica de un análisis factorial. *RELIEVE*: v. 9, n. 1, p. 83-96. http://www.uv.es/RELIEVE/v9n1/RELIEVEv9n1_4.htm

Grönroos, C. (1983). Strategic management and marketing in the service sectors. Cambridge, MA: Marketing Science Institute.

Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18, 4.

George, D. y Mallery, P. (1995). SPSS/PC +Step by: A simple guide and reference. Belmont: Wadsworth Publishing Co.

Hernández, C., Lara, B., Ortega, M., Martínez, M. y Avelino, I. (2010). Evaluación de la satisfacción académica de los estudiantes de la licenciatura en didáctica del francés. *Revista de Educación y Desarrollo*, Vol. 15, pp. 35-46

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

Mejía, J. (2000). El muestreo en la investigación cualitativa, *Investigaciones Sociales*, Año IV, No. 5, consultado en: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/inv_sociales/n5_2000/a08.pdf

Morales, V. (2004). Calidad y satisfacción de los servicios: Conceptualización, *EF y Deportes. Revista Digital*, 73. Junio 2004 <http://www.efdeportes.com/efd73/calidad.htm> [Consulta: 1 julio de 2012].

Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of Marketing*, Vol. 49, 41-50.

Salinas, A., Morales, J., Martínez, P. (2008). Satisfacción del estudiante y calidad universitaria: un análisis explicatorio en la unidad académica multidisciplinaria agronomía y ciencias de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, México, Revista de la enseñanza universitaria, No. 31, pp. 39-55

Varela, J., Prat, R., Voces, C. y Rial, A. (2006). Una nueva escala para la evaluación de la calidad de los servicios de hostelería, Psicotherma, Vol. 18, No. 1, pp.135-142

Zineldin, M., Camgoz, H. y Belal, M. (2012). Total Relationship Management (TRM) and 5 Qs Model as New Management Techniques: A Comparative Study for a Knowledge-Intensive Sector, International Business and Management, Vol. 4, No. 1, pp 1-17

BIOGRAFÍA

Sonia Elizabeth Maldonado-Radillo, es profesor de carrera Titular C de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales de la UABC. Tiene el Doctorado en Ciencias Administrativas por la Universidad Autónoma de Baja California; actualmente es investigadora y participa en la gestión del Departamento de Auditoría Interna de la UABC. Correo electrónico: sonia.maldonado@uabc.edu.mx

Ana Ma. Guillén Jiménez, es profesor de carrera Titular B de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Administrativas en el campus Mexicali de la UABC y se desempeña como Auditor Interno de la UABC. Tiene la Maestría en Administración por la UABC. Correo: guillen@uabc.edu.mx

Rafael Ernesto Carranza Prieto, es profesor de carrera Titular B de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Administrativas en el campus Mexicali de la UABC. Tiene la maestría en Finanzas Corporativas del CETyS y la Maestría en Evaluación Inmobiliaria e Industrial por el Instituto Tecnológico de la Construcción. Correo: ecarranza@uabc.edu.mx

Dra. Blanca Rosa García Rivera, es profesor-investigador de carrera Titular C de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC). Tiene el Doctorado en Ciencias Administrativas por el Instituto Politécnico Nacional (IPN). Correo electrónico: blanca_garcia@uabc.edu.mx

CALIDAD DE LA ATENCIÓN EN SALUD EN HOSPITALES UNIVERSITARIOS

José Alexander Carreño Dueñas, Universidad del Rosario

RESUMEN

Los Hospitales Universitarios son escenarios que sirven de prácticas docentes para estudiantes de medicina y a pesar de que gozan de buena reputación por sus actividades académicas y de investigación, existe debate en cuanto a la calidad de atención. Esta Investigación analizó la tendencia que tuvieron los resultados de los indicadores mortalidad, infecciones intrahospitalarias y reingreso hospitalario, desde el año 2006 hasta el 2010 y estableció las diferencias de los resultados entre 112 Hospitales, con y sin programas de formación en medicina, tanto públicos y privados, en 11 ciudades de Colombia. Con los datos obtenidos se evidenciaron importantes deficiencias técnicas en el reporte de la información por parte de los Hospitales y el análisis estadístico de los resultados de los indicadores no mostró diferencias significativas en la tendencia de los periodos analizados entre los tipos de Hospitales; pero si hubo diferencias de proporciones en dos indicadores entre los tipos de Hospitales. Se considera que en Colombia existe una sobreoferta de programas de medicina y la cantidad de Hospitales de práctica pueden ser insuficientes, lo que ocasionaría que se presente hacinamiento con los estudiantes y esta situación podría tener algún efecto sobre la calidad de la atención en salud de los pacientes. Sin embargo se requieren estudios adicionales controlados para establecer diferencias entre los Hospitales y los resultados de la calidad de la atención.

PALABRAS CLAVES: Indicadores de Calidad de la Atención de Salud, Hospitales Escuela, Infección Hospitalaria, Mortalidad Hospitalaria, Readmisión del Paciente

QUALITY IN HEALTH CARE IN TEACHING HOSPITALS

ABSTRACT

Teaching hospitals are scenarios for practice by medical students. Despite their good reputation for academic and research activities, there is debate about the quality of care. This research analyzed the trend for mortality indicators, nosocomial infections and hospital readmission, from 2006 to 2010 and established differences in the results between 112 hospitals, with and without medical training programs. Both public and private hospitals in 11 cities in Colombia were examined. The data showed significant technical deficiencies in reporting information from hospitals. The statistical analysis showed no significant difference by periods analyzed and by the kind of Hospitals. Colombia has an oversupply of medical schools, but the quantity of teaching hospitals may be insufficient implying overcrowding exists with students and this could have an effect on the quality of health care for patients. Controlled studies are needed to establish differences between hospitals and the results of the quality of care.

JEL: I10, I11, I12,

KEYWORDS: Quality Indicators, Health Care, Hospitals, Teaching, Cross Infection, Hospital Mortality, Patient Readmission

INTRODUCCIÓN

Los Hospitales que cuentan con programas de formación en medicina se definen como Universitarios y son escenarios académicos que además de servir como sitios para la práctica y formación de futuros médicos, permiten también la generación de conocimiento sobre la

enfermedad, pensamiento crítico frente al existente y práctica de investigación clínica (Eslava, 2002); estos Hospitales se especializan en el tratamiento de enfermedades complejas y de escasa presentación, pero en ocasiones los costos de la atención pueden ser mayores con respecto a Hospitales no universitarios. (Kupersmith, 2005) Un Hospital para obtener el estatus de Universitario necesita cumplir con los estándares establecidos normativamente para adecuarse estructural y funcionalmente.

(Millán Núñez-Cortés et al., 2008) Sin embargo Colombia presenta una escases de escenarios de práctica (Tabla 1) y docentes pese a la sobre oferta de escuelas de medicina que para el 2001 era de aproximadamente 1 facultad por cada 800,000 habitantes, pues en ese año contaba con 58 facultades de medicina y aproximadamente 6,572 estudiantes de medicina (Escobar, 2006) y aunque no se ha establecido un número determinado de facultades de medicina por población, lo que se ha observado en algunos países de mayores ingresos, es que hay alrededor de una facultad por cada dos millones de habitantes, esta situación ha llevado a tener también una sobre oferta en el mercado de más de 70,079 médicos (Ministerio de Educación Nacional/sistema de información del observatorio laboral/perfil de graduados por núcleo básico de conocimiento), que establece una densidad de 1,5 médicos por cada 1,000 habitantes (Fernández, 2011) muy por encima de la recomendación de la Organización Panamericana de la Salud que es de un médico por cada mil habitantes. Con estos antecedentes y aunque medir la calidad en salud resulta ser un tema muy complejo, (Espigares, 2002) esta investigación mediante la medición de indicadores de mortalidad, infección intrahospitalaria y reingreso, analizó su tendencia y estableció algunas diferencias en cuanto a la calidad de la atención en salud entre Hospitales Universitarios y no Universitarios que puedan afectar la calidad de la atención de los pacientes.

Tabla 1: Estructura Hospitalaria de Colombia

Nivel de atención o complejidad	HOSPITALES PÚBLICOS	HOSPITALES PRIVADOS	TOTAL
Nivel I	820	842	1662
Nivel II	72	222	294
Nivel III y IV	26	91	117
TOTAL	918	1155	2073

La mayor cantidad de Hospitales corresponden al nivel I, pero la cantidad de los niveles II, III y IV donde idealmente se forman los estudiantes de medicina, es muy reducida

La investigación se organizó como sigue. En la sección de revisión literaria se presenta información de estudios relevantes frente al problema, en la sección de metodología se definen las variables y se explica la forma en que se obtuvo la información y los métodos estadísticos utilizados para el análisis; los resultados obtenidos y en la sección de conclusiones se discuten y concluyen los resultados.

REVISIÓN LITERARIA

Existe debate con respecto a la calidad de la atención en estos Hospitales, debido a que algunos estudios han mostrado mediante la medición de algunos indicadores como la tasa de infección intrahospitalaria, la mortalidad y el reingreso Hospitalario, que los resultados están a favor de unos y en contra de otros. Algunos estudios comparativos sugieren que los Hospitales Universitarios pueden ofrecer una menor calidad en la atención frente a los que no lo son; particularmente por la presencia de personal en entrenamiento, que ocasiona una atención más fragmentada. (Halbach, 2005) Otro estudio también reportó empeoramiento de la calidad especialmente en áreas de cuidado de enfermería, cuidado intensivo pediátrico y servicios quirúrgicos. (Volpp, 2003)

En contraste, una revisión sistemática que incluyó 132 estudios publicados desde 1971 hasta 2005, comparó los resultados de mortalidad intrahospitalaria entre los tipos de Hospitales y concluyó que la

calidad de la atención no se mejora o empeora por ser Hospital Universitario (Papanikolaou, 2006). Otra revisión que incluyó 23 estudios de 1989 a 2004, encontró que los Hospitales Universitarios tuvieron levemente mejores resultados en cuanto a la mortalidad que los no Universitarios. (Kupersmith, 2005) Así mismo otro estudio realizado en el año 2000 que tuvo como propósito determinar la asociación de la calidad en salud y la mortalidad por infarto agudo de miocardio; logró demostrar una asociación con una mejor calidad de la atención y con una reducción de la mortalidad en los hospitales Universitarios (Allison, 2000). Aunque es necesario ajustar los resultados de mortalidad intrahospitalaria por hospital, debido a las características y enfermedades de los pacientes, es así como una encuesta realizada por *the American Hospital Association's* en más de 3100 hospitales de Estados Unidos, reportó una tasa general de mortalidad de 11,6, (116 muertes por cada 1000 pacientes) y encontró que los Hospitales Universitarios tuvieron una tasa ajustada de 10,8, que fue significativamente menor que los hospitales no Universitarios (116 por 1000) (Hartz, 1989)

En cuanto a los resultados de infección intrahospitalaria, estos pueden variar dependiendo de cada país, sin embargo de acuerdo a los datos del *National Nosocomial Infections Surveillance* (NNIS) que analizó la información reportada los Hospitales de Estados Unidos desde 1992 a 2004, estableció que entre un 5 a 10% de los pacientes hospitalizados presentaron al menos 1 episodio de infección intra hospitalaria durante su estancia. (NNIS, 2004) mientras que un estudio realizado en Holanda en 2009 llamado PREZIES que recolectó información de 26,937 pacientes hospitalizados reportó una tasa de infección intrahospitalaria de 7.2% (IC 95% 1.4 - 16.5) (Van der Kooi, 2010).

Otro estudio realizado en Cuba desde 2000 hasta el 2004, analizó la información de 93,684 pacientes que egresaron de un Hospital de tercer nivel de atención, encontraron que 2,979 pacientes presentaron algún tipo de infección intrahospitalaria, que correspondió a una incidencia acumulada de 3.1% por cada 100 pacientes egresados. (Suárez, 2009).

El reingreso hospitalario es un indicador que se ha considerado como evitable y depende de múltiples factores como el egreso prematuro, condiciones propias de la enfermedad y del paciente, pobre cumplimiento de las indicaciones de cuidado, inadecuados planes de rehabilitación, etc. Los resultados varían entre los Hospitales, sin embargo se ha establecido que en general entre un 5% a 29% de los pacientes reingresan antes de 30 días. (Hasan, 2001)

La oferta de Hospitales está distribuida por niveles de atención o grados de complejidad y están definidos normativamente para establecer el grado de responsabilidad del personal en salud y la capacidad de atención médica quirúrgica, se estableció que el I nivel de atención contará con médico general y/o personal auxiliar y/o paramédico y/o de otros profesionales de la salud no especializados, el nivel II con médico general y/o profesional paramédico con interconsulta, remisión y/o asesoría de personal o recursos especializados y para el nivel III y IV médico especialista con la participación del médico general y/o profesional paramédico. En términos generales el primer nivel de atención se enfocará principalmente en promoción y prevención de la enfermedad, el segundo y tercer grado en la atención especializada y el cuarto grado en los procesos de rehabilitación e investigación clínica. (República de Colombia, 2011)

METODOLOGÍA

Se realizó una muestra por conveniencia de los Hospitales más importantes de segundo y tercer nivel de complejidad, públicos y privados de once ciudades principales de Colombia. Los de primer nivel no fueron incluidos debido a que la formación de estudiantes de medicina se realiza principalmente en los niveles 2,3 y 4.

Se establecieron 4 categorías entre los Hospitales incluidos:

Hospitales públicos: corresponden a Instituciones que son del Gobierno Nacional

Hospitales privados: corresponden a Instituciones de capital privado

Hospitales Universitarios: públicos o privados con programas de formación en medicina

Hospitales no Universitarios: públicos o privados sin programas de formación en medicina

Definición de Variables

Tasa de infección intrahospitalaria: Definida por el Ministerio de Salud de Colombia como el proceso contraído en un centro hospitalario y se define como aquella infección adquirida que se manifiesta durante o después de 48 horas de la internación y que no estaba presente ni incubándose en el momento del ingreso. Una infección adquirida en el hospital puede ponerse de manifiesto luego del alta del paciente. Según las estadísticas de la OMS una media del 8,7% de los pacientes de un hospital presentan infecciones nosocomiales.

Mortalidad intrahospitalaria: Es el número total de pacientes hospitalizados que fallecen después de 48 horas del ingreso dentro del total de pacientes hospitalizados. Es un indicador que ha sido utilizado dentro de los sistemas de salud para evaluar resultados relacionados con la atención en salud brindada durante la hospitalización del paciente y detectar problemas de calidad en la atención. Se encuentra directamente relacionado con características como el nivel de complejidad, niveles socio culturales y perfil epidemiológico de la población usuaria y por esta razón requiere de ajustes de riesgo sensibles.

Tasa de reingreso de pacientes Hospitalizados: Es el número total de pacientes que reingresan al servicio de hospitalización, en la misma institución, antes de 20 días por la misma causa en el periodo. Número total de egresos vivos en el periodo. Este indicador refleja la suficiencia de la calidad técnica de las Instituciones prestadoras de salud; el reingreso de los pacientes a los servicios de hospitalización se presenta con frecuencia como consecuencia de un deficiente abordaje y solución del problema que generó la consulta o fallas en la calidad de la información dada al usuario sobre la evolución del evento médico que la generó. Por esta razón, este indicador puede constituirse como un signo de alarma sobre la calidad de los servicios prestados. Los resultados de los indicadores fueron obtenidos directamente del sistema de información para la calidad de la atención en salud del Ministerio de salud y protección (República de Colombia, 2011) desde el año 2006 al 2010. Los Hospitales se clasificaron según su naturaleza pública o privada y se estableció si eran o no Universitarios. Los datos fueron tabulados y analizados con epi-info y SPSS, se realizaron los siguientes cálculos: descripción de variables, suma de mínimos cuadrados (LMS) para los diferentes periodos, χ^2 al cuadrado, para establecer diferencias de proporciones entre los Hospitales y tendencias de los periodos.

RESULTADOS

Total incluidos 112, el 74% correspondió a Hospitales privados y el 62% fueron Universitarios, el 64% de todos los Hospitales correspondió a las 5 ciudades más importantes: Bogotá con un 28%, Medellín 13%, Barranquilla 12%, Cali 11% y Cartagena 7%. El 100% de los Hospitales Públicos incluidos fueron Universitarios; mientras que sólo el 51% de los privados lo fueron. Se obtuvieron 1750 registros de los 112 Hospitales, correspondientes a los tres indicadores

Infección Intrahospitalaria

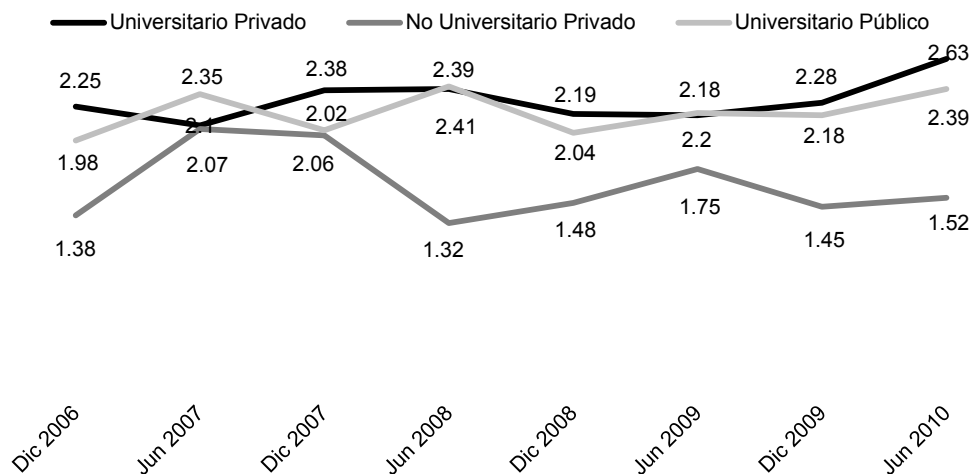
De los datos esperados de los resultados de los indicadores (112 Hospitales, multiplicado por 8 periodos) tan solo se obtuvieron 595 datos (64,4%). El análisis de este indicador evidenció con una significancia estadística ($p < 0.005$) que en los últimos cuatro años este indicador ha permanecido estable y no mostró una tendencia al aumento o la disminución para las categorías de los Hospitales. (Figura 1) El resultado más bajo de tasa de infecciones fue obtenido por los Hospitales privados no universitarios 1.62 (IC 95% 1.32 – 2.02) en contraste con los Universitarios privados que fue 2.3 (IC 95% 2.25 – 2.63) y los Universitarios públicos que fue de 2.2 (IC 95% 1.98 – 2.41) estos resultados evidencian que los Hospitales Universitarios ya sean públicos o privados, presentaron en promedio una tasa de infección Intrahospitalaria un 42% mayor que los no Universitarios. (Tabla 2).

Tabla 2: Resultados de Índice de Infecciones Intrahospitalaria por Tipo de Hospital Acumulado 2006-2010

ESTADISTICO	UNIVERSITARIO PRIVADO	NO UNIVERSITARIO PRIVADO	UNIVERSITARIO PÚBLICO
Suma de mínimos cuadrados (LMS)	2.3	1.62	2.2
Ji al cuadrado	0.008	0.018	0.005
P	0.9271	0.89439	0.94232

La tasa más baja de infección intrahospitalaria fue obtenida por los Hospitales no Universitarios privado y el Ji al cuadrado demostró ausencia de variabilidad entre los periodos analizados

Figura 1: Tendencia del Indicador de Infecciones Intrahospitalarias por Tipo de Hospital



Los Hospitales No Universitarios privados tuvieron una menor tasa de infecciones intra Hospitalarias en la mayoría de los periodos, frente a los Hospitales Universitarios. Se observa una escasa tendencia al aumento en los Hospitales Universitarios públicos y privados

Mortalidad Hospitalaria

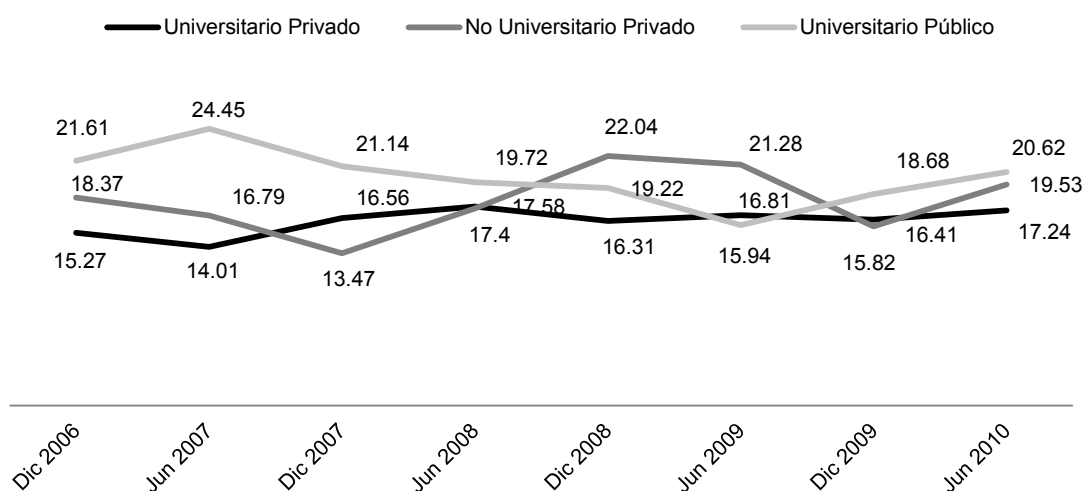
Para este indicador, se obtuvieron 577 datos (65%). Los resultados evidenciaron con una significancia estadística ($p < 0.05$) una escasa variabilidad en los últimos 4 años. (Figura 2) La mayor tasa de mortalidad correspondió a los Hospitales Universitarios Públicos que fue de 20.14 (IC 95% 21.61 – 20.62), un 24% mayor que la observada en los Hospitales Universitarios privados que obtuvieron la menor con 16.33 (IC 95% 15.27 – 17.24). (Tabla 3)

Tabla 3: Resultados Indicador de Mortalidad Intrahospitalaria por tipo de Hospital Acumulado 2006-2010

ESTADISTICO	UNIVERSITARIO PRIVADO	NO UNIVERSITARIO PRIVADO	UNIVERSITARIO PÚBLICO
Suma de mínimos cuadrados (LMS)	16.33	18.5	20.14
Ji al cuadrado	0.015	0.018	0.038
valor de p	0.90377	0.89332	0.84532

La tasa más baja de mortalidad intrahospitalaria fue obtenida por los Hospitales Universitarios privado y el Ji al cuadrado demostró ausencia de variabilidad entre los periodos analizados

Figura 2: Tendencia del Indicador de Mortalidad Intrahospitalaria



Los Hospitales Universitarios privados tuvieron en promedio una menor tasa de mortalidad intra Hospitalaria, frente a los Hospitales Universitarios públicos que mostraron una leve tendencia a la disminución

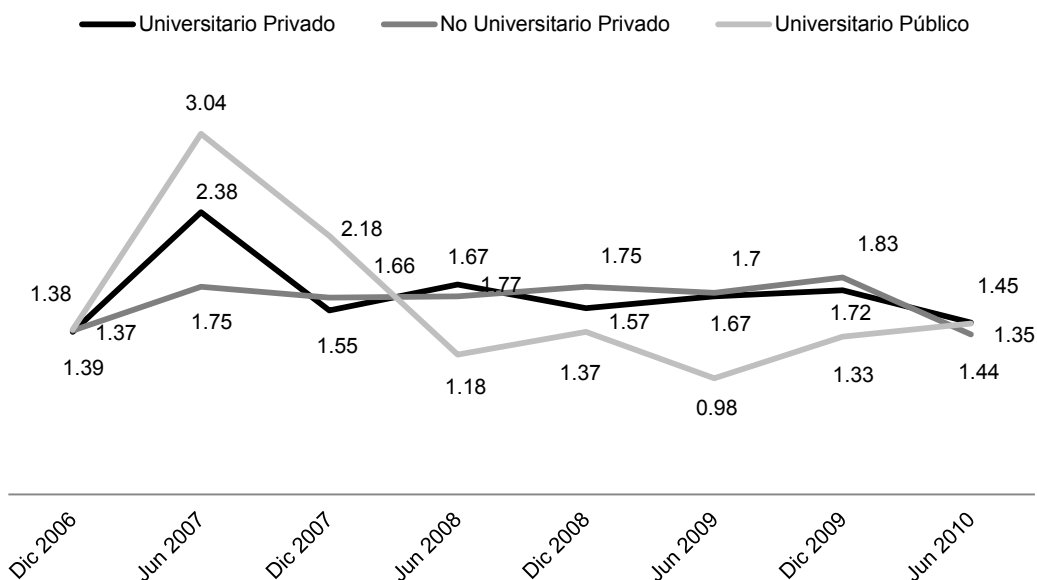
Reingreso hospitalario Para este indicador se obtuvieron 578 datos (65%). Los resultados no mostraron diferencias estadísticamente significativas en cuanto a la variabilidad de los datos de los 8 periodos analizados (Figura 3) y los de la suma de mínimos cuadrados no evidenciaron diferencias significativas entre las categorías de Hospitales analizados, lo que lleva a plantear que el indicador de reingreso hospitalario podría no afectarse por la presencia de estudiantes de medicina en los Hospitales, sino más bien que el resultado podría depender en gran medida de otros aspectos propios de las condiciones de los pacientes y de factores administrativos de cada Hospital. (Tabla 4)

Tabla 4: Resultados del Indicador de Reingreso Intrahospitalario

ESTADISTICO	UNIVERSITARIO PRIVADO	NO UNIVERSITARIO PRIVADO	UNIVERSITARIO PÚBLICO
Suma de mínimos cuadrados (LMS)	1.69	1.64	1.61
Ji al cuadrado	0.014	0.000	0.309
valor de p	0.90449	0.98488	0.57837

La tasa más baja de reingreso hospitalario fue obtenida por los Hospitales Universitarios públicos y el Ji al cuadrado demostró ausencia de variabilidad entre los periodos analizados

Figura 3: Tendencia del Indicador de Reingreso Hospitalario



En el segundo periodo se observa un aumento en todos los tipos de hospitales, sin embargo al final los Hospitales Universitarios Públicos tuvieron en promedio una menor tasa de reingreso Hospitalaria durante los periodos de estudio

CONCLUSIONES

Se evidencia una falta de cultura de reporte de información en salud por parte de todos los tipos de Hospitales, ya que a pesar que normativamente se ha establecido que el envío de la información de los resultados de los indicadores en salud debe ser semestral y obligatoria; se encontró que este reporte se cumple en sólo un 65% y tampoco se cumple con la periodicidad establecida; este incumpliendo afecta la validez y confiabilidad del sistema de información para la calidad. Se hace un llamado al Gobierno Nacional para que ejerza un mayor control sobre la calidad y validez de la información que reportan los Hospitales para que de esta forma se pueda evaluar adecuadamente la calidad de la atención y la comunidad en general pueda elegir adecuadamente en que Hospital desea ser atendida.

Es urgente que Colombia mediante estudios de oferta y demanda por regiones, realice una modificación a la normatividad actual para que se controle la cantidad y apertura de nuevas Escuelas de Medicina. Es posible también que las condiciones para la formación de estudiantes de medicina en Colombia no sean las ideales debido a la sobre oferta de escuelas, lo que podría ocasionar situaciones de saturación y hacinamiento de estudiantes por la limitación importante de Hospitales de práctica y de docentes. Esta condición lleva a plantear interrogantes en cuanto a la calidad de la educación y de la atención en salud ofrecida, así mismo se plantea la necesidad que los Hospitales Universitarios en Colombia deben adecuarse y fortalecerse para garantizar y atender adecuadamente la gran demanda de nuevos estudiantes de medicina. En general la tendencia de los indicadores de infecciones intrahospitalarias, mortalidad hospitalaria y reingreso hospitalario, demostró escasa variabilidad en los resultados de los periodos analizados; lo que refleja que independientemente del tipo de Institución, no se presentan tendencias a empeorar o mejorar y esta situación no cumple con uno de los principios del sistema de información para la calidad colombiano que es el mejoramiento. Los Hospitales deben ser conscientes que el objetivo principal de la medición de los indicadores es para lograr un mejoramiento.

En cuanto a mortalidad, la mayor tasa correspondió a los Hospitales Universitarios Públicos con 20.14 (IC 95% 21.61 – 20.62), un 24% mayor que la observada en los Hospitales Universitarios privados, donde fue 16.33 (IC 95% 15.27 – 17.24), lo que lleva a plantear la pregunta que puede existir una variable de confusión en el resultado de este indicador y que tal vez no sean las prácticas docentes y la presencia de estudiantes lo que impacta desfavorablemente el indicador, sino condiciones de inequidad social y factores socio económica de los pacientes. (Oliveira, 2010)

Los resultados de infecciones intrahospitalarias, en general fueron mucho menores a los reportados a nivel mundial y se desconoce si los Hospitales Colombianos están reportando adecuadamente la información o si realmente los resultados son así de favorables. Sin embargo como los resultados de los Hospitales Universitarios presentaron una tasa un 42% mayor que los no universitarios, es posible que los pacientes que asisten a los primeros, puedan tener una mayor probabilidad de contraer algún tipo de infección intrahospitalaria. Esta situación refleja lo planteado por muchos estudios en el sentido que los Hospitales Universitarios atienden pacientes con enfermedades más complejas y de difícil manejo, pero también puede ser que en estos Hospitales no se estén llevando a cabo los mejores controles para prevenir las infecciones intrahospitalarias y que la gran cantidad de estudiantes afecte este indicador.

Para el indicador de reingreso hospitalario no se encontraron diferencias entre los tipos de Hospitales y tampoco en la tendencia en el tiempo, lo que puede plantear que los resultados de este indicador obedecen más a condiciones propias de la enfermedad de los pacientes y también a la administración y organización de los recursos de las instituciones. Finalmente esta fue una investigación observacional que utilizó información de fuentes secundarias lo que hace limitado realizar una exhaustiva evaluación de la calidad de la atención en salud y establecer que la calidad de la atención en salud se afecte por la condición de ser Hospital Universitario, se requieren estudios controlados prospectivos que permitan establecer adecuadamente tales asociaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allison, J. J. (2000). Relationship of Hospital Teaching Status With Quality of Care and Mortality for Medicare Patients With Acute MI. *JAMA: The Journal of the American Medical Association*, 284(10), 1256–1262. doi:10.1001/jama.284.10.1256
- Escobar G. Ricardo H. (2006). *Educación Médica en Colombia: Estadísticas básicas pregrado y especialidades médico quirúrgicas 2006* (pp. 1–125). Bogotá.
- Eslava C, J. C. (2002). Hospital universitario y crisis hospitalaria en Colombia. *Revista Gerencia y Políticas de Salud*, 2, 41–48.
- Fernández, D. G., & Al, E. (2011). Análisis de la oferta de programas de pregrado en medicina en Colombia. *Revista Colombiana de Reumatología*, 18(2), 109–120.
- Halbach, J. L., & Sullivan, L. L. (2005). Errors and Patient Safety : Evaluation of a Required Curriculum. *Academic Medicine*, 80(6), 600–606.
- Hartz AJ. (1989). Hospital characteristics and mortality rates. *The New England Journal of Medicine*, 321(25), 1720–1725.
- Hasan, M. (2001). Readmission of patients to hospital : still ill defined and poorly understood. *International Journal for Quality in Health Care*, 13(3), 177–179.

Kupersmith, J. (2005). Quality of care in teaching hospitals: a literature review. *Academic medicine : journal of the Association of American Medical Colleges*, 80(5), 458–66. Retrieved from <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/15851459>

Millán Núñez-Cortés, J., García-Seoane, J., Calvo-Manuel, E., Díez-Lobato, R., Calvo-Manuel, F., & Nogales-Espert, a. (2008). Relaciones de la facultad de medicina con el hospital universitario: La enseñanza de la medicina clínica. *Educación Médica*, 11(1), 3–6. doi:10.4321/S1575-18132008000100002

Oliveira, D. C. De. (2010). Efecto de las desigualdades socioeconómicas en la mortalidad de la ciudad de fortaleza, Ceara, Brasil durante el año 2007. *Revista Española de Salud Pública*, 84(4), 441–50.

Papanikolaou, P. N., Christidi, G. D., & Ioannidis, J. P. a. (2006). Patient outcomes with teaching versus nonteaching healthcare: a systematic review. *PLoS medicine*, 3(9), e341. doi:10.1371/journal.pmed.0030341

República de Colombia, Ministerio de salud y Protección, 2011; Observatorio de Calidad de la atención en salud, disponible en: <http://201.234.78.38/ocs/Default.aspx>

República de Colombia, Diario Oficial, Acuerdo 029 de 2011 (2011). Bogotá.

Service, P. H., & Services, H. (2004). National Nosocomial Infections Surveillance (NNIS) System Report, data summary from January 1992 through June 2004, issued October 2004. *American Journal of Infection Control*, 32(8), 470–485. doi:10.1016/j.ajic.2004.10.001

Suárez, I. F. (2009). Infecciones nosocomiales en un hospital del tercer nivel . Experiencia de 5 años Nosocomial infections in a third level hospital . A 5-year experience. *Rev cubana med*, 47(3), 1–10.

Van der Kooi, T. I. I., Manniën, J., Wille, J. C., & Van Benthem, B. H. B. (2010). Prevalence of nosocomial infections in The Netherlands, 2007-2008: results of the first four national studies. *The Journal of hospital infection*, 75(3), 168–72. doi:10.1016/j.jhin.2009.11.020

Volpp, K. G. M., Ph, D., & Grande, D. (2003). sounding board Residents ' Suggestions for Reducing Errors in Teaching Hospitals. *The new england journal of medicine*, 348(9), 851–855.

BIOGRAFÍA

José Alexander Carreño Dueñas, Médico cirujano, Máster en administración en salud y especialista en gestión hospitalaria de la Universidad del Rosario – Colombia, dirección Carrera. 6a N° 14-13 Bogotá, teléfono 2970200, correo electrónico carreno.jose@ur.edu.co

DIAGNÓSTICO DE LA INDUSTRIA DE JAIBA A PARTIR DE UN ESTUDIO DE LAS COMERCIALIZADORAS UBICADAS EN LA REGIÓN COSTERA DE BAHÍA DE KINO, SONORA

Luis Enrique Ibarra Morales, Universidad Estatal de Sonora
Erika Olivas Valdez, Universidad Estatal de Sonora
Emma Vanessa Casas Medina, Universidad Estatal de Sonora

RESUMEN

La producción de jaiba (Callinectes bellicosus) desde la década de los 80's ha sido una actividad eficiente en la industria pesquera del Estado de Sonora; sin embargo, la falta de implementación de aspectos ambientales ha generado una problemática que ha llevado a que la pescadería se encuentre en su máximo sustentable; es decir no es recomendable incrementar el esfuerzo pesquero actual, por lo que la única vía de crecimiento en este sector, se dará a través de mejores prácticas en sus procesos de producción y comercialización de jaiba. Por ello, este estudio analizó la situación actual de esta Industria en el Estado de Sonora, mediante un estudio de campo, donde se investigó la situación operativa de las comercializadoras de jaiba ubicadas en la Región Costera de Bahía de Kino; en materia de capacidad productiva, mercados, generación de empleo, proceso productivo, precios, proveedores y análisis de oferta. Para la obtención de información, se utilizó la entrevista a profundidad de tipo semi-estructurada como herramienta cualitativa; mientras que para el análisis y manejo de la información, se utilizó como marco de referencia, el modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter.

PALABRAS CLAVES: Sustentable, Producción, Comercialización, Jaiba.

DIAGNOSIS OF CRAB INDUSTRY FROM A STUDY OF TRADERS LOCATED IN THE COAST REGION OF BAHIA DE KINO, SONORA

ABSTRACT

Crab production (Callinectes bellicosus) has been, an efficient activity in Sonora State fishing industry since the 1980's. However, the lack of environmental programs has generated a problem whereby it is currently recommended not to increase fishing stress. Therefore, the only growing via for this sector will be given through better performance in the process of crab's production and marketing. This investigation analyzed the current situation of this industry in the State of Sonora, working through a field study of the different traders established in the coast region of Bahia de Kino, Sonora. We examine production capacity, markets, jobs procreation, production process, prices and suppliers. A semi-structured broad survey was applied as a qualitative tool. For the analysis and use of information, the frame of reference used was Porter's five forces competition model.

JEL: M11, L79

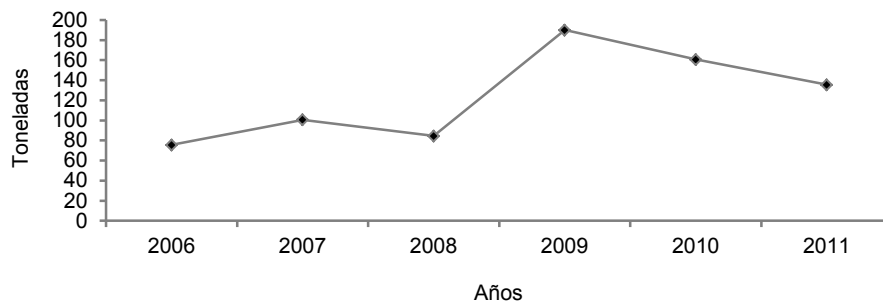
KEY WORDS: Sustainable, Production, Commercialization, Crab

INTRODUCCIÓN

Mediante el desarrollo de este trabajo de investigación, se pudo constatar que la pesquería de jaiba en la Región Costera de Bahía de Kino, Sonora, se encuentra en su máximo sustentable; es decir, los volúmenes de captura han disminuido en los últimos años, debido principalmente a la falta de una regulación administrativa que permita una pesca más eficiente y controlada en los tiempos donde la jaiba no se encuentre en su estado reproductivo o de madurez sexual; así como en desarrollo o crecimiento para su talla promedio, en aras de preservar la especie marina.

En ese sentido, se procedió visitar la zona de estudio durante los meses de septiembre a octubre de 2012, donde se obtuvo información sobre la situación operativa actual de las comercializadoras y procesadoras de jaiba, en cuanto a su capacidad productiva, los mercados que atienden, la generación de empleos directos e indirectos, el proceso productivo, fijación de precios, el proceso de negociación con proveedores y el análisis de la oferta y la demanda. De acuerdo a la estadística extraída del Anuario 2011, CONAPESCA-SAGARPA, la Figura 1 muestra gráficamente que el promedio en los volúmenes de captura de jaiba en toneladas para los últimos seis años (2011-2006), en la región de Bahía de Kino, han tenido variaciones importantes, con tendencia a la baja, lo que hace suponer la importancia del problema que se describió anteriormente.

Figura 1: Promedio de Captura de Jaiba (Toneladas) en la Región de Bahía de Kino, Sonora



En la presente Figura se muestra el promedio de captura en toneladas de jaiba, de los últimos cinco años, en la región costera de Bahía de Kino, Sonora. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del anuario estadístico de CONAPESCA, 2011.

La selección de esta zona costera se justifica, debido principalmente a que en Bahía de Kino, se ubican 6 de las 22 empresas procesadoras de jaiba que existen en todo el Estado, lo que representa el 28% del total de las procesadoras. En la sección de revisión literaria se encontrará información técnica sobre el producto de jaiba y sus características, como especie marítima, además de puntualizar la situación de las procesadoras del Estado en esta industria en los últimos años; así como las condiciones productivas de dichas procesadoras versus las del resto de los estados productores en México. Los resultados que se arrojan a través de esta investigación de campo, son el reflejo de la situación actual de las cuatro principales procesadoras ubicadas en la región costera de Bahía de Kino, Sonora, lo cual proveerá de importante información para la efectiva toma de decisiones y contribuirá en gran medida con información para futuras investigaciones. Entre los datos obtenidos se encuentran descripciones sobre precios, mercados, procesos productivos, competencia, canales de producción, por mencionar los más importantes. De lo anterior, destaca que las empresas productoras cuentan con poder relativo en cuanto a la fijación de precios y que el grado de competencia es moderado.

Otro aspecto importante a mencionar es, la disposición y conocimiento de las empresas hacia aspectos ambientales y de sustentabilidad. No obstante, los acuerdos tomados en materia ambiental o el cumplimiento de las normas de esta índole, no corresponde únicamente a ellas como empresas, sino al resto y conjunto de la comunidad, sobre todo a los pescadores de este producto pesquero.

La presente investigación está organizada como sigue. En la sección de revisión de literatura se presenta literatura relevante a la especie marina (jaiba), como insumo principal de las procesadoras de pescado y marisco. Se describen las características taxonómicas de la especie; así como las condiciones climáticas para su desarrollo y reproducción; asimismo, se presenta la producción de jaiba en Sonora y la situación actual de los municipios que desarrollan esta actividad pesquera.

Posteriormente, en la sección de metodología se presentan aspectos relevantes en cuanto a la operatividad de las comercializadoras y procesadoras de la región objeto de estudio; de igual manera, se presenta el marco referencial de las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter para el estudio y análisis de la industria. Seguidamente se presentan los resultados de la investigación con base al estudio descriptivo y análisis estadístico de la información obtenida, a través de las entrevistas a profundidad y de los cuestionarios estructurados que se aplicaron. Finalmente, se presentan las conclusiones, limitaciones del estudio y las futuras líneas de investigación.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Taxonómicamente las jaibas son animales que pertenecen al phylum Arthropoda, subphylum Crustacea, clase Malacostraca, orden Decapoda, suborden Pieocyemata, infraorden Brachyura y familia Portunidae (Barnes, 1996). En la costa Pacífico de México, el género *Callinectes* agrupa a las especies de jaiba de importancia comercial de la zona y sostiene pesquerías importantes en los estados de Sinaloa, Sonora, Baja California y Baja California Sur. Las especies *Callinectes bellicosus* (jaiba café) y *Callinectes arcuatus* (jaiba azul) son las que generan prácticamente la totalidad de las capturas comerciales en Sonora y Sinaloa, ya que contribuyen con el 98% de la captura total (entre 65% la primera y 35% la segunda) y con una menor distribución y abundancia, la especie *Callinectes toxotes* (jaiba verde). (Hendrickx, 1993).

Estas especies tienen una longevidad natural de entre 2 a 3 años. En cinco semanas pasan de zoeas a juveniles. Alcanzan la madurez sexual entre los 12 y 18 meses de edad con una talla promedio de 60 mm. (Dittel y Epifanio, 1984). Las tallas de los adultos van de 40 a 170 mm de ancho de caparazón (AC). El tamaño promedio para *C. bellicosus* es de aproximadamente 120 mm, mientras que para *C. arcuatus* es de 90 mm, y para *C. toxotes* es de 120 mm de AC. En estado adulto los machos son más abundantes que las hembras (en una relación de 2:1). Los machos son de mayor talla y peso que las hembras en aproximadamente un 20%.

La Callinectes bellicosus: sustenta la pesquería regional en la costa de Sonora y parte del norte de Sinaloa (Molina 1999, Hernández-Moreno 2000, Hudson-Weaver et al., 2001, Márquez-Farías 2001); es una especie de hábitos costeros y talla regular cuyos picos máximos de abundancia aparecen durante el incremento estacional en la temperatura del mar (primavera y verano) a lo largo de la costa del estado. Se encuentran en ambientes con temperatura de entre 18°C y 34°C y salinidad variable dependiendo de la especie. Es la más importante en términos de volumen de captura y genera el 95% de las capturas en Sonora (SAGARPA, 2010). Su pesquería constituye una actividad relativamente artesanal que inició hace aproximadamente veinte años como una actividad para consumo humano directo y en pequeño mercadeo (Molina y Montemayor 1998, Montemayor-López 2001, Pérez-Ríos 2001, Ramírez-Félix y Singh-Cabanillas 2003); las artes de pesca que se emplean son muy sencillas y de bajo costo; entre las más comunes están los aros, las fisgas o sacadores, y las trampas o nasas del tipo Chesapeake o similares; siendo estas últimas las que conforman el sistema de pesca más utilizado en la pesquería artesanal de jaiba del norte del Golfo de California (González-Ramírez et al., 1996, Molina 1999). En Sonora los meses de captura van de julio a octubre, y se continúa pescando en los meses subsecuentes, aunque las capturas reportadas no son tan altas. Los picos de captura de jaiba ocurren en el mes de julio, un mes antes de la temporada de camarón, y en noviembre cuando el rendimiento de la pesca de camarón

disminuye notablemente, lo cual obliga a muchos pescadores a abandonar la pesca de camarón (Salazar et al., 2003).

Producción de Jaiba en Sonora

La pesquería comercial de jaiba en Sonora se estableció al inicio de la década de 1980, principalmente por el aumento en la demanda de su carne en los mercados internacionales, y fue hasta principios de la década de los noventa cuando se establecieron las primeras plantas procesadoras de jaiba. A raíz del incremento de la producción de la jaiba, debido a la demanda constante en los mercados nacionales e internacionales, los productores locales comenzaron, a partir del comienzo de la década de 1990, a fabricar las trampas para la captura de la jaiba siguiendo el prototipo de la trampa jaibera utilizada en la costa atlántica de los Estados Unidos, principalmente en aguas de los estados de Maryland (Bahía de Chesapeake) y Virginia (Delaware), y Carolina del Norte. En Sonora, durante casi dos décadas, la producción de jaiba se obtiene casi en su totalidad con este arte de pesca, el cual es altamente eficiente.

En el año 2006, se aprobó y publicó la NORMA Oficial Mexicana NOM-039-PESC-2003, Pesca responsable de jaiba en aguas de jurisdicción federal del litoral del Océano Pacífico. Especificaciones para su aprovechamiento (SAGARPA, 2006), que entre otros, establece la talla mínima legal (TML) para el recurso, y las especificaciones del sistema autorizado para su captura, tales como las dimensiones de la trampa, y la colocación de al menos dos ventanas de escape (ABE) para la liberación de juveniles y sub adultos por debajo de la TML. En cuanto a la presentación comercial que se le da a la jaiba es entera fresca congelada, en ocasiones se ha comercializado como entera enhielada, entera cocida congelada y entera fresca. La producción de jaiba es para el consumo humano directo, y el destino es tanto el mercado nacional como el de exportación. Su producción inicial en el estado fue de 180 toneladas en 1988, llegando a sumar más de 8,000 toneladas anuales en los últimos años, lo que representó casi el 35% de la producción de jaiba en el resto del litoral del Pacífico y aproximadamente el 23% del litoral del Golfo de México. A pesar de que los niveles de captura y esfuerzo se han ido incrementando, sus rendimientos en relación a la captura por trampa (CPUE), han sido muy variados (Molina-Ocampo et al. 2006).

Por otro lado y con base a los datos extraídos del Anuario Estadístico de Pesca 2011, se pueden apreciar en la Tabla 1, los niveles de captura en vivo (kilogramos) y su valor en pesos de la captura de jaiba para los seis estados del país más representativos en esta pesquería, lo que para el Estado de Sonora representa ser el segundo estado con mayor captura de jaiba a nivel nacional, partiendo del hecho de que la captura a nivel nacional para el año en mención, representó 20,262,000 kilogramos, solamente 732,236 kilogramos por arriba de la captura de los seis estados más representativos.

Tabla 1: Niveles de Captura y Valor en Pesos de la Pesquería de Jaiba

Estado	Nivel de Captura en Kilogramos (peso vivo)	Valor en Pesos de la Captura	Porcentaje de Representación
Campeche	1,533,661	\$16,116,914.00	7.86%
Sinaloa	6,074,377	\$67,596,304.00	31.11%
Sonora	4,048,378	\$43,585,931.00	20.74%
Tabasco	1,060,228	\$1,155,288.00	5.43%
Tamaulipas	3,281,704	\$32,739,034.00	16.81%
Veracruz	3,511,416	\$55,527,247.00	17.99%
Totales	19,529,764	\$216,720,718.00	100.00%

En la presente Tabla se muestran los niveles de captura y valor en pesos de la pesquería de jaiba al año 2011, en los seis estados más representativos del país. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del anuario estadístico de La CONAPESCA, 2011.

El sector pesquero es una de las pocas áreas de la economía mexicana en las que los recursos de que dependen la productividad y la rentabilidad son de propiedad común y de relativo libre acceso. Esto, aunado a que la pesca de la jaiba proporciona empleo y sustento a una cantidad considerable de pescadores (60 aproximadamente), lo que indica la relevancia y aplicabilidad de llevar a cabo un

diagnóstico del estado actual de las comercializadoras de jaiba de la región costera de la zona de Bahía de Kino, municipio de Hermosillo, Sonora.

Situación de los Municipios Pesqueros de Jaiba en Sonora

De acuerdo a la investigación documental realizada hasta el momento, existen 22 plantas procesadoras de pescado y marisco, incluyendo la jaiba (Huato, 2005). Dichas plantas se distribuyen principalmente en seis Municipios Costeros; Hermosillo, Guaymas, Caborca, Empalme, Puerto Peñasco y Huatabampo. No obstante, existen otras comunidades con menor desarrollo pesquero, que también son reportadas como zonas costeras productoras de jaiba, como es el caso de San Luis Río Colorado y Etchojoa.

En la Tabla 2, se muestra la participación porcentual de los seis principales municipios de acuerdo al número de procesadoras instaladas en cada uno de ellos y respecto al número total de instaladas en todo el Estado de Sonora. Lo anterior, permite inferir sobre el hecho de que Hermosillo (Bahía de Kino) tiene mayor participación en este tópico, por lo que este criterio, fue uno de los tomados en cuenta para realizar este estudio en primera instancia en esta localidad, ya que en un futuro se pretende abarcar en el área de estudio al resto de zonas productoras en el Estado de Sonora.

Tabla 2: Participación de las Procesadoras de Jaiba en el Estado de Sonora

Municipio	No. De plantas	% Respecto al Total en Sonora
Guaymas	5	22.7%
Hermosillo	6	28%
Huatabampo	4	18%
Navojoa	1	4.5%
Empalme	1	4.5%
Puerto Peñasco	5	22.7%
Total	22	100%

En esta Tabla se presentan los seis municipios más representativos en cuanto la captura y procesamiento de jaiba en el Estado de Sonora a partir del número de plantas procesadoras de jaiba instaladas en dichos municipios. Fuente: Construcción propia con base a información obtenida en el directorio de empresas comercializadoras de pescado y marisco del Estado de Sonora.

Las áreas costeras que se tendrían que visitar para los trabajos de campo, se mencionan en la Tabla 3, no obstante, para efectos de la primera etapa de estudio solo se visitó la localidad de Bahía de Kino, perteneciente al municipio de Hermosillo, Sonora, como se muestra a continuación. Las etapas restantes se conformarán a partir de las visitas de las zonas costeras de Puerto Peñasco y Caborca (Zona Norte), en un mismo periodo de tiempo, mientras que en otro bloque de visitas se recorrerán los campos pesqueros de Guaymas, Empalme y Huatabampo (Zona Sur).

Tabla 3: Comunidades y Campos Pesqueros del Estado de Sonora dedicadas a la Pesca de Jaiba

Municipio	Campo Pesquero
Hermosillo	Bahía de Kino
Guaymas	Punta Lobos Yaquis
Caborca	Ejido Rodolfo Campodónico
Empalme	Las Guácimas
Puerto Peñasco	Puerto Peñasco
Huatabampo	Yavaros

La presente Tabla muestra las seis regiones más importantes dedicadas a la pesquería de jaiba en el Estado de Sonora. Fuente: Extraído de Huato Leobardo, (2005). Estudio Socio – Económico de la Pescadería de Jaiba en Sonora y Sinaloa.

Para el caso específico de la región costera de Bahía de Kino, municipio de Hermosillo, Sonora, la situación de la pesquería de jaiba al año 2011, se detalla a continuación en la Tabla 4, por nivel de captura, valor en pesos y desglosado por cada mes del año, notándose significativamente que en los meses de enero, febrero y junio los niveles son muy inferiores, ya que en estos meses, las condiciones climáticas para su captura no son aptas. Para el caso de los meses de marzo, abril y mayo, los cuales no aparecen en la Tabla 4, es debido a que es considerado el periodo de veda para la jaiba. De igual forma, los niveles de

captura en kilogramos se muestran en la Figura 1, mediante una línea de tendencia, la cual indica que en los meses de agosto a octubre son los meses más productivos en cuanto a captura de jaiba.

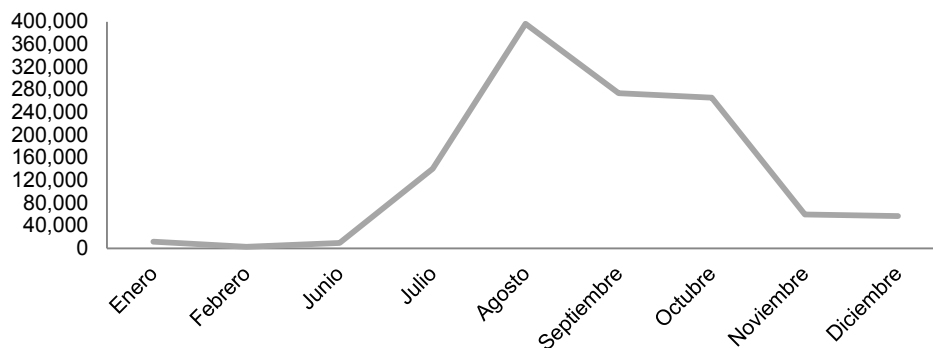
Tabla 4: Niveles de Captura y Valor de Comercialización de la Jaiba en Bahía de Kino, Sonora

Meses	Peso Vivo (Kg)	Valor en Pesos
Enero	12,232	\$188,046.80
Febrero	2,968	\$33,835.20
Junio	9,561	\$118,078.35
Julio	140,682	\$1,791,976.45
Agosto	396,481	\$4,771,587.80
Septiembre	273,692	\$3,233,127.31
Octubre	266,260	\$3,662,800.05
Noviembre	59,953	\$744,488.40
Diciembre	57,062	\$735,496.65

La presente Tabla detalla los niveles de captura y el valor comercial de la jaiba, en la región costera de Bahía de Kino, Municipio de Hermosillo, Sonora. Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos extraídos del Anuario Estadístico de Pesca, 2011.

Otra forma de visualizar la información presentada en la Tabla anterior, es a través de la tendencia que observa cuando los datos son graficados, como en el caso de la Figura 2, donde se aprecia que la temporada más alta de captura de jaiba de acuerdo a los datos del año 2011, corresponden a los meses de julio y agosto. Mientras que los meses con menos captura son los de noviembre y diciembre, excluyendo el resto del año, debido a las vedas administrativas, establecidas hasta ahora por los mismos pescadores y empresas procesadoras de jaiba.

Figura 2: Niveles de Captura de Jaiba Mensual del Año 2011. Región Costera de Bahía de Kino, Municipio de Hermosillo, Sonora



En la presente Figura se presenta la tendencia en la captura de jaiba en kilogramos por mes para el año 2011. Nótese que los meses de marzo, abril y mayo no se muestran, ya que son considerados como periodo de veda para la jaiba. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos extraídos del Anuario Estadístico de Pesca, 2011.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo metodológico de este proyecto de investigación, primero fue necesaria una revisión de la literatura existente, sobre todo de fuentes de información oficial como SAGARPA, CONAPESCA, INEGI, FAO, Secretaría de Fomento Agropecuario y Pesquero, Secretaría de Economía, entre otras. También se obtuvo información de fuentes primarias, proveniente de entrevistas a profundidad con encargados de cuatro de las seis comercializadoras ubicadas en la Comunidad de Bahía de Kino, en Hermosillo, Sonora, México. Estas entrevistas semi estructuradas se elaboraron a través de tres visitas de campo durante los meses de septiembre y octubre de 2012, debido principalmente a que en esta zona los meses de julio a octubre, son considerados los más productivos en cuanto a la captura y comercialización de jaiba. Por todo lo anterior, este estudio se considera de corte transversal, ya que la información analizada corresponde al periodo de captura y comercialización del ciclo productivo 2012. De igual

forma, es una investigación de diseño no experimental, ya que la información se maneja de forma cualitativa para una mejor interpretación, pero no se modifica los argumentos originales de las fuentes de información primaria. De acuerdo a las fuentes oficiales, la población de comercializadoras de jaiba en la localidad de estudio es de seis, de las cuales las cuatro comercializadoras con las que se logró establecer contacto para la aplicación de la entrevista a profundidad se enlistan en la Tabla 5. Es importante mencionar que, para el desarrollo de las entrevistas y la obtención de la información que se presenta, se requirió de un trabajo de campo que implicó el traslado hacia la Localidad de Bahía de Kino, ubicada a 106 kilómetros de distancia de la ciudad de Hermosillo, Sonora, Capital del Estado.

Tabla 5: Empresas Comercializadoras de Jaiba en la Localidad de Bahía de Kino

Empresa	Contacto	Industrialización	Mercado Final
Verónica Aguirre Martínez	Verónica Aguirre Martínez	Jaiba	Houston, Texas, USA.
ELELE, S.A. de C.V.	Germán Saracho Martínez	Jaiba	Miami, Florida, USA.
Pescadería El Carcanchón	Juan Carlos León Nieblas	Jaiba	Mochis, Sinaloa, México
Comercializadora Tamaulipas	Salvador Alejandro Ruiz Mallozi	Jaiba	Brownsville, Texas, USA.

En esta Tabla se muestran las cuatro comercializadoras que se contactaron en la región costera de Bahía de Kino del municipio de Hermosillo, Sonora. Fuente: Elaboración propia a partir del directorio de empresas comercializadoras de pescado y marisco del Estado de Sonora, así como información proporcionada directamente por los representantes de las Empresas Comercializadoras de Jaiba de esa localidad.

De acuerdo a información presentada en el portal de la Secretaría de Turismo del Estado, Bahía de Kino, es una población y litoral de 60 kilómetros en el estado mexicano de Sonora, situado en la costa del Mar de Cortés o Golfo de California y que abarca desde Punta Chueca (frente a la Isla del Tiburón) hasta Punta San Nicolás al sur; forma parte del municipio de Hermosillo, Sonora, México. La metodología utilizada para la interpretación de los resultados obtenidos de las entrevistas que se aplicaron a cada uno de los encargados de las comercializadoras de jaiba de la región, fue a través de la evaluación global de la industria pesquera de jaiba, aplicando un análisis de las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter, también llamado modelo de competitividad ampliada de Porter, de cual se analizó la capacidad y poder de negociación de los proveedores y de los compradores; la rivalidad interna existente en el mercado por el cual se compete; la amenaza de entrada de posibles comercializadoras o empresas al mercado y los productos sustitutos de la jaiba, tanto en la región como en el mercado donde se comercializa. Los factores o variables de estudio, son meramente cualitativos y están basados en los enfoques administrativos existentes; sin embargo, en la Tabla 6 se muestran las cinco fuerzas competitivas y los factores que se analizaron y que dieron sentido a la evaluación global de la industria pesquera de jaiba en la región.

Tabla 6: Fuerzas Competitivas y Factores de Evaluación Global de la Industria Pesquera de Jaiba en la Región de Bahía de Kino, Sonora

Fuerzas Competitivas de Porter	Factores de Evaluación
Amenaza de posibles entrantes o entrantes potenciales.	Estrategias de entrada al mercado, barreras de ingreso al mercado.
Poder de negociación de los compradores.	Precios, calidad, volumen, tiempo de entrega, tallas.
Amenaza de productos sustitutos.	Precios, tipo de producto, propiedades nutricionales.
Poder de negociación de los proveedores.	Apoyos económicos, insumos para la pesca, materiales, refacciones, trampas.
Intensidad de la rivalidad entre los competidores ya establecidos.	Precios, cantidad procesada, contratos de exclusividad, infraestructura, controles administrativos, generación de empleos, mercado que se atiende, prestaciones económicas.

En la presente Tabla se muestran las fuerzas competitivas y los factores de evaluación para la industria pesquera de jaiba en la región de Bahía de Kino, Sonora. Fuente: Elaboración propia.

La interpretación de los resultados mediante el análisis de las cinco fuerzas competitivas, mostrará un panorama general o evaluación global de la situación actual que guarda la industria pesquera de jaiba en la región costera de Bahía de Kino, en términos de rentabilidad del sector, partiendo del modelo holístico de Porter; así como las áreas de oportunidad y mejora, tratando de lograr un impacto positivo en el desarrollo sustentable de la región y de sus habitantes.

Finalmente, cabe señalar que, a través del trabajo de campo se obtuvo un mayor conocimiento del proceso productivo de la jaiba y las condiciones locales de los pescadores y de las propias comercializadoras.

RESULTADOS

Primeramente, es importante mencionar que, el 100% de las empresas visitadas funcionan como procesadoras, que captan el producto fresco y es a través de su área de procesado como obtienen la carne de jaiba, la cual empacan en latas de metal o plástico, según sea el caso, que generalmente contiene una libra de peso y que son destinadas en la mayoría de los casos, para su venta en el mercado estadounidense, como se puede apreciar en la Tabla 5, presentada anteriormente. Con base en los datos proporcionados por las mismas comercializadoras, se realizó una estimación del porcentaje de captación de la producción de jaiba por parte de estas cuatro empresas, tal y como se muestra en la Tabla 7; así como información referente a su integración con la población local, a través de la generación de empleos directos; apoyo al desarrollo productivo y sustentable de este sector pesquero; pero también un control o influencia en la fijación de precios para este crustáceo.

Tabla 7: Participación de las Procesadoras de Jaiba en la Región de Bahía de Kino en el Mercado y en la Generación de Empleos

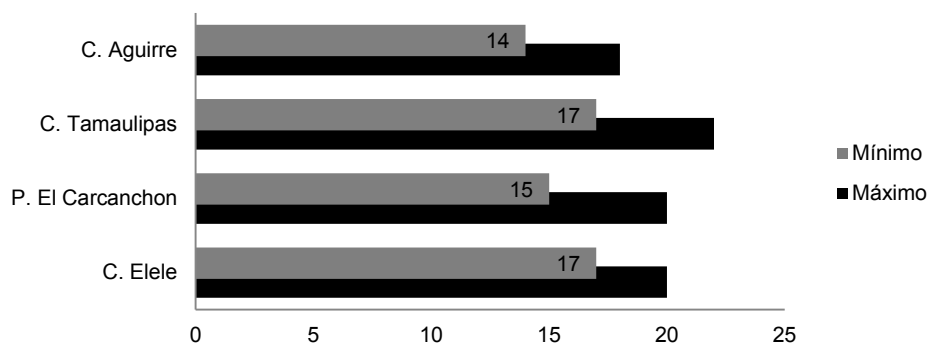
Procesadora	Porcentaje de Participación	
	Mercado	Generación de Empleos
El Elele, S.A. de C.V.	36%	75%
Pescadería El Carcanchon	21%	8%
Tamaulipas	29%	11%
Verónica Aguirre Martínez	14%	6%

En la presente Tabla se muestran los porcentajes de participación que tiene cada una de las comercializadoras, tanto en el mercado de jaiba como en la generación de empleos en la región costera de Bahía de Kino, Sonora, destacándose que el 100% es igual al total comprado por las cuatro comercializadoras. Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las entrevistas realizadas.

En cuanto a generación de empleo, en conjunto estas cuatro empresas generan aproximadamente 260 empleos directos, pero es la empresa Elele, S.A de C.V., o mejor conocida como la "comercializadora de los Saracho", la principal generadora de empleos directos con prestaciones sociales y de salud, al contratar en temporada alta a casi 200 empleados, de los cuales la mayoría son mujeres por la naturaleza del proceso productivo. En cuanto a su capacidad para influir y fijar los precios en el mercado de la jaiba, las cuatro empresas han utilizado la estrategia de apoyar a los pangueros de la localidad con materiales para la construcción de trampas para jaiba, garantizando así, la venta de lo capturado a quien proporcionó el material para la elaboración de las trampas o las trampas ya listas. De acuerdo a esta estrategia, un panguero que tiene y usa trampas propiedad de la comercializadora, se le paga el kilo de jaiba hasta en un 25% por debajo del precio de jaiba que se paga a los llamados pangueros libres, tal y como se aprecia en la Figura 5, donde se muestra los precios máximos y mínimos por kilo de jaiba.

Con todo lo anterior, se procedió a realizar una evaluación de la industria de la pesca, del sector pesca y acuicultura, específicamente del segmento de la pesquería de jaiba, a partir de un análisis cualitativo y siguiendo el modelo de reflexión sistemática implementada por Michael Porter, para la evaluación global de un sector industrial, en cuanto a las cinco fuerzas competitivas que dan sentido o determinan la rentabilidad de un sector específico, tal y como se muestra en la Tabla 8, la cual se presenta a continuación y que en ella se resalta que el sector pesquero de jaiba se desarrolla en un entorno moderado-bajo, dadas las condiciones que en ella se desarrollan.

Figura 5: Precios Mínimos y Máximos Pagados por Kilo de Jaiba por las Comercializadoras Ubicadas en Bahía de Kino, Sonora.



En la presente Figura se muestra los precios máximos y mínimos pagados por las comercializadoras por kilogramo de jaiba a los pescadores de la región costera de Bahía de Kino, Sonora. Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada en la entrevista a los encargados de las empresas.

Tabla 8: Evaluación Global de la Industria Pesquera de Jaiba en la Región de Bahía de Kino, Sonora

Fuerza Competitiva	Alto	Moderado	Bajo
Amenaza de posibles entrantes o entrantes potenciales.			✓
Poder de negociación de los compradores.	✓		
Amenaza de productos sustitutos.		✓	
Poder de negociación de los proveedores.			✓
Intensidad de la rivalidad entre los competidores ya establecidos.		✓	
Total =	1	2	2

En la presente Tabla se muestra la evaluación global de la industria pesquera de jaiba desde el análisis consensuado de las comercializadoras de jaiba en la región costera de Bahía de Kino, Sonora, destacándose de acuerdo al resultado, una situación desfavorable para ingresar a la industria pesquera de jaiba. Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las entrevistas realizadas.

Del análisis del sector industrial se desprende que la amenaza de posibles entrantes y el poder de negociación de los compradores es bajo, mientras que la intensidad de la rivalidad que se da entre los competidores ya establecidos en el sector y la amenaza de sus productos sustitutos son moderados, sumado a que el poder de negociación de los compradores es de afectación alta.

Este panorama, según el atractivo promedio de la industria y de la problemática que actualmente se está viviendo, se puede trasladar a un futuro no muy favorable en cuanto a los volúmenes de captura y condiciones de mercado; sin embargo, resulta atractivo para que las empresa ya establecidas se diversifiquen y se diferencien con su producto, en aras de entregar sus productos a otros mercados más redituables o simplemente, penetrar en nuevos mercados. En la presente sección se describen los resultados obtenidos de las entrevistas que se aplicaron a cada uno de los encargados de las principales comercializadoras de jaiba en la región costera de Bahía de Kino, Sonora. En primer lugar, se puede inferir que el sector está constituido prácticamente por cuatro empresas, las cuales dominan gran parte de la región, ejerciendo control en la fijación de los precios de la jaiba, de acuerdo a la demanda y producción de jaiba en la temporada, lo que significa que existe un gran poder de negociación por parte de los compradores; asimismo, negocian cantidad y calidad en el producto; es decir, tamaño o talla que va directamente proporcional al peso de la jaiba.

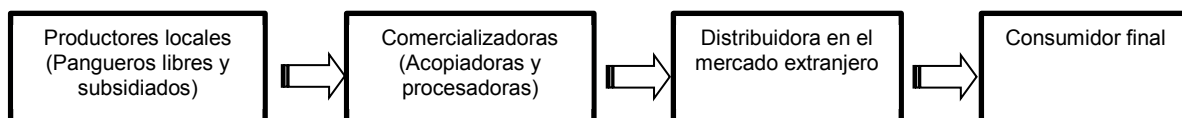
Por otro lado, los proveedores de producto (pescadores de jaiba) se puede determinar que no tienen poder absoluto o el poder en caso de tenerlo, es limitado en cuanto a la negociación de los precios, tiempo de entrega y cantidades de producto para su compra. Este suceso está dado por los contratos de exclusividad con las comercializadoras en tanto que éstas le suministran insumos para llevar a cabo la actividad pesquera de la jaiba, como pueden ser trampas, combustible, suministros de aceite y refacciones para los motores, carnada para las trampas, entre otros, lo que obliga a muchos pescadores a entregar

prácticamente todo su captura o producto a una comercializadora en particular sin poder negociar el precio del producto. En cuanto a la rivalidad existente en el mercado donde compiten las comercializadoras de jaiba, se puede deducir que es relativamente moderado, con tendencia a ser más fuerte en los meses de agosto a octubre, cuando la captura se dispara considerablemente y la demanda aumenta en el mercado. En ese sentido, los precios que se pagan por kilo de producto bajan, es cuando la rivalidad se inicia en las comercializadoras, negociando los precios, ya que esta estrategia está centrada en la competencia de precios, dando por resultado, precios inferiores a los costos de producción y captura suponiendo niveles inferiores de ganancias para los pescadores de jaiba.

También se analizó la posible entrada o amenaza de ingreso de nuevas procesadoras y comercializadoras de jaiba en la región costera de Bahía de Kino, Sonora. En ese sentido, es importante señalar que, para ingresar a este sector industrial en la región objeto de estudio estará en función de las barreras de ingreso que las comercializadoras ya posicionadas en el mercado impongan o desarrollen estratégicamente, con la finalidad de frenar la posible adquisición de una posición en el mercado por otra empresa o comercializadora que intente o decida ingresar al sector.

En ese sentido, la evaluación es baja, ya que las empresas posicionadas implementan estrategias basadas en los precios bajos y economías de escala, lo que les permite administrar una estructura de costos operativos bajos. Por último, la amenaza de los productos sustitutos. Cada una de las empresas está compitiendo en un sentido general y saben que las utilidades del sector serán reprimidas entre más atractivos sean los sustitutos, como productos que desempeñan la misma función. En este sector existen muchos productos marinos que cumplen y desempeñan la misma función, la cual es la de proveer una alimentación sana y nutritiva, como lo hace la jaiba en sus diferentes presentaciones, entre los cuales se puede mencionar al camarón; cangrejo; almeja; callo de hacha; ostión; entre otros, que también se produce y captura en tiempos diferentes que el ciclo productivo de la jaiba; sin embargo, los precios de comercialización son más altos por los costos que conlleva su captura. Otro de los aspectos detectados por medio de este estudio, es la información referente al canal de distribución utilizado en este mercado. Generalmente, la comercializadora adquiere su principal insumo (jaiba fresca) de los productores locales, para después limpiarla o desconcharla, descarnarla y empacarla en las diferentes presentaciones existentes, para hacerla llegar al mercado final, que en tres de los cuatro casos es el mercado extranjero. A continuación se presenta la Figura 6, la cual esquematiza este canal de distribución, seguido por la mayoría de las comercializadoras de jaiba de esta localidad, que a su vez funcionan como acopiadoras y procesadoras de jaiba.

Figura 6: Canal Principal de Comercialización de Jaiba



La presente Figura muestra la cadena principal que desarrolla la actividad comercial de la jaiba en la región. Fuente: Elaboración propia, de acuerdo a la información proporcionada por las personas entrevistadas y encargadas de las comercializadoras de la Región Costera de Bahía de Kino, Sonora.

CONCLUSIONES

Para la presente investigación fue necesaria la consulta de fuentes documentales oficiales; así como una investigación de campo en el sector pesquero dedicado a la pesquería de jaiba en la región costera de Bahía de Kino, municipio de Hermosillo, Sonora, denota que el Estado de Sonora ocupa el segundo lugar con mayor captura de jaiba a nivel nacional. En ese sentido, se concluye que a partir del análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter y de las relaciones comunes que se dan entre las principales procesadoras y comercializadoras de jaiba de la región, que la industria pesquera de jaiba está conformada y dominada

por cuatro empresas específicamente, las cuales tienen el poder de negociación sobre los proveedores y como compradores del producto; asimismo, la rivalidad existente entre ellas es de tal magnitud e intensidad que tienen la facilidad de imponer barreras de entrada a posibles competidores y/o empresas que quieran tener alguna participación en el mercado.

Algunas de las barreras de ingreso más comunes implementadas por las empresas que participan activamente en el mercado de la jaiba, se encuentran la fijación de precios en la compra del producto; mayor y mejor distribución y comercialización; estandarización y automatización de los procesos productivos; estableciendo mejores relaciones laborales y generando mayores oportunidades de empleos directos; apoyando con el suministro de implementos para la captura de la jaiba a los pescadores de la región; mayor incidencia e impacto en el desarrollo sustentable de la zona, entre otros factores, que son bien valorados por los habitantes de la región costera, ya que propicia al crecimiento económico, social y productivo de la misma región, con un claro compromiso de establecer condiciones regulatorias en materia de sustentabilidad y preservación de la especie (jaiba).

Por otra parte, es importante mencionar que la oportunidad de crecimiento y expansión de las empresas procesadoras y comercializadoras de jaiba de la región costera de Bahía de Kino, Sonora, es con alto potencial y con tendencia a crecer, ya que la demanda en el consumo del producto en los mercados estadounidenses cada vez es mayor por su alto contenido proteínico y nutricional. Partiendo de esta aseveración, se hace necesaria la implementación de controles administrativos y de ordenamiento ecológico, en aras de preservar la especie marina y con ello, mantener los empleos de los pescadores que se dedican a esta pesquería. En ese sentido, un rasgo característico y sobresaliente que se percibe en el análisis de la información recabada, tanto de los encargados de las plantas procesadoras como de los pescadores, es la capacidad de negociación y pago de las mismas, la inversión en infraestructura lo que permite una mayor confianza y seguridad en apoyos otorgados, generación de empleos y permisos para el procesamiento de jaiba, con el fin de no caer en irregularidades con las autoridades estatales y federales; asimismo, habilitan a los pescadores a que les suministren de forma directa el producto a un precio fijo de compra, lo cual puede reflejar alguna carencia económica en algunos pescadores, inclusive para realizar sus viajes de pesca, lo que obliga a tener y contar con antelación al comprador, que en este caso, son las plantas procesadoras y comercializadoras de jaiba de la región.

Por último y respaldado por otras investigaciones afines a este análisis, se puede identificar que el segmento que más le conviene a las empresas procesadoras y comercializadoras de la región, son las alianzas y/o acuerdos comerciales con otras empresas distribuidoras o con instancias gubernamentales, de tal manera que se busque el apoyar iniciativas que den cabida al diseño de estrategias óptimas para el buen manejo de la pesquería de jaiba en la región, que vayan específicamente encaminadas a la protección y preservación de la especie y de los pescadores que dependen de esta actividad pesquera.

Asimismo, promover intensamente los productos derivados de la jaiba en los distintos mercados internacionales y nacionales, con la finalidad de incentivar a las empresas procesadoras y comercializadoras de jaiba a optimizar el proceso de industrialización, transporte, comercialización y presentación y empaque de los productos derivados de la jaiba, en sí, eficientar la dinámica de la pesquería de jaiba en la región costera de Bahía de Kino, Sonora.

Estudios Posteriores

Una nueva línea de investigación que puede surgir del presente estudio o trabajo, es analizar e investigar las dos zonas restantes en las que se ha dividido el Estado de Sonora (Zona Norte y Zona Sur), desde la misma óptica con la que se realizó la presente investigación, con la finalidad de realizar comparativos entre las tres zonas de estudio y generar propuestas generales de ordenamiento ecológico para la preservación de la especie; así como en materia de regulación y control administrativo y sanitario, tanto

en el proceso de producción-consumo de la jaiba como en los implementos y artes de pesca utilizados para la captura de la jaiba. Cabría mencionar que, algunas limitaciones que se pudieran presentar en los estudios posteriores, es la disposición de las autoridades gubernamentales para la implementación y supervisión de normas administrativas y sanitarias; así como de apoyos económicos para los pescadores que se dedican a esta pesquería en el Estado. Por otra parte, entra en juego el tiempo que tanto los administradores de las procesadoras-comercializadoras como los pescadores pongan a disposición para las entrevistas y aplicación de cuestionarios.

BIBLIOGRAFÍA

Anuario Estadístico de Pesca. CONAPESCA-SAGARPA. Fecha de la última consulta, octubre de 2012. Extraída de: <http://www.conapesca.gob.mx>

Haro Garay, M., Ramírez Félix, E. & López González, L., (2006). Estudio socioeconómico de la pesquería de jaiba en Sonora y Sinaloa. Informe final, La Paz, B.C.S., 10 de marzo de 2006. Programa de Ecología Pesquera, CIBNOR, S.C., Instituto Nacional de Pesca (INP). Dirección General de Investigación Pesquera en el Pacífico Norte. SAGARPA.

Huato, L. (2005). Estudio Socio – Económico de la Pescadería de Jaiba en Sonora y Sinaloa. Extraído de dirección URL: www.cedrssa.gob.mx/includes/asp/download.asp?iddocumento, consulta en septiembre de 2012.

Molina-Ocampo, R.E., Márquez-Farías, J.F. y E. Ramírez-Félix. (2006). Jaiba del Golfo de California. Pp. 133-154. En: Instituto Nacional de la Pesca (Ed.). 2006. Sustentabilidad y Pesca Responsable en México: Evaluación y Manejo 2004-2006. INP-SAGARPA. México, D.F.

Molina, R.E. y G. Montemayor, (1998). Evaluación biológico-pesquera de jaiba (*Callinectes bellicosus* y *Callinectes arcuatus*) en la costa central de Sonora y recomendaciones para el manejo sustentable de su pesquería. Op. Tec. INP / CRIP Guaymas.

Montemayor-López, G. (2001). Aspectos biológicos de las capturas de jaiba verde, *Callinectes bellicosus*, en Bahía Kino y Canal del Infiernillo, Sonora. Cap. 3, pp. 11-19. En: Montemayor-López, G. y J. Torre-Cosío (Eds.). Unidad Funcional de Manejo de Jaiba Verde, descripción de los aspectos biológicos, económicos, sociales y manejo pesquero de jaiba verde (*Callinectes bellicosus*) en Bahía Kino y Canal del Infiernillo, Sonora. CIMEX, A.C. Programa Golfo de California.

Porter, M. E. (2010). Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. México. Grupo Editorial Patria.

Porter, M. E. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. Harvard Business Review. 9-33.

Ramírez-Félix, E. y J. Singh-Cabanillas. 2003. La pesquería de jaiba (*Callinectes* spp.) en el Pacífico Mexicano: Diagnóstico y propuesta de regulación. SAGARPA, CONAPESCA, INP. Mazatlán, Sinaloa.

SAGARPA, (2006). NORMA Oficial Mexicana NOM-039-PESC-2003, Pesca responsable de jaiba en aguas de jurisdicción federal del litoral del Océano Pacífico. Especificaciones para su aprovechamiento. Diario Oficial de la Federación, 26 julio de 2006. Pp. 7-15.

RECONOCIMIENTO

Los autores agradecen el apoyo incondicional brindado por cada uno de los encargados de las procesadoras y comercializadoras de jaiba de la región costera de Bahía de Kino, municipio de Hermosillo, Sonora; asimismo, a los pescadores y personas relacionadas directamente con la pesquería de jaiba, por sus valiosas aportaciones en la realización de este trabajo de investigación.

BIOGRAFÍA

Luis Enrique Ibarra Morales, es Maestro en Administración de la Universidad de Sonora. Profesor Investigador de Tiempo Completo de la Universidad Estatal de Sonora (UES), con reconocimiento de perfil deseable PROMEP y adscrito a la Carrera de Comercio Internacional. Se puede contactar en la Unidad Académica Hermosillo, UES, en Ley Federal del Trabajo s/n, Col. Apolo, Hermosillo, Sonora, México. Contacto vía correo electrónico: luisim00@hotmail.com

Erika Olivas Valdez, es Maestra en Economía Aplicada en el Colegio de la Frontera Norte en Tijuana, Baja California, México. Profesora Investigadora de Tiempo Completo de la Universidad Estatal de Sonora (UES), con reconocimiento de perfil deseable PROMEP y adscrita a la Carrera de Comercio Internacional. Se puede contactar en la Unidad Académica Hermosillo, UES, en Ley Federal del Trabajo s/n, Col. Apolo, Hermosillo, Sonora, México. Contacto vía correo electrónico: eolivas14@hotmail.com

Emma Vanessa Casas Medina, es Maestra en Administración de Negocios en la Universidad del Valle de México. Profesora Investigadora de Tiempo Completo de la Universidad Estatal de Sonora (UES), con reconocimiento de perfil deseable PROMEP y adscrita a la Carrera de Comercio Internacional. Se puede contactar en la Unidad Académica Hermosillo, UES, en Ley Federal del Trabajo s/n, Col. Apolo, Hermosillo, Sonora, México. Contacto vía correo electrónico: casasx@yahoo.com

LA INVESTIGACIÓN SOBRE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN LA INDUSTRIA AEROSPACIAL EN MÉXICO DESDE UNA PERSPECTIVA METODOLÓGICA

Cruz Elda Macías Terán, Universidad Autónoma de Baja California
Robert Efraín Zárate Cornejo, Universidad Autónoma de Baja California
Leonel Rosiles López, Universidad Autónoma de Baja California

RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo analizar los diferentes enfoques de metodología de la investigación y su aplicación en el estudio de la gestión del talento humano, particularmente en el sector aeroespacial en México. El propósito de este estudio es identificar modelos de investigación que puedan ser aplicados por los estudiosos de este tema para lograr un mayor conocimiento del mismo. Es un estudio descriptivo de tipo documental transversal en el que se realiza una revisión de algunos planteamientos teóricos sobre la naturaleza de la investigación cualitativa, cuantitativa y mixta. Se analizan diversos diseños de investigación mixta y las diferentes tradiciones o estrategias de investigación cualitativa. Así también se identifican algunas publicaciones que, hasta el momento, se han realizado sobre la gestión del talento humano en la industria aeroespacial de México y se analizan las estrategias de investigación utilizadas en ellas. Un hallazgo importante en esta investigación fue el encontrar que existe escasa investigación sobre el tema materia de estudio. El análisis realizado puso de manifiesto que en algunas publicaciones no se especifica la metodología de investigación que se aplicó. Con base en los resultados de este trabajo, se presentan algunas reflexiones finales y se plantea un diseño de investigación.

PALABRAS CLAVE: Industria Aeroespacial, Gestión del Talento Humano, Investigación Cuantitativa, Investigación Cualitativa

HUMAN TALENT MANAGEMENT RESEARCH IN MEXICO AEROSPACE INDUSTRY-A METHODOLOGICAL PERSPECTIVE

ABSTRACT

This article analyzes the different approaches to research methodology and its application to the study of human resource management in Mexico's aerospace industry. The object is to identify research models that facilitate research and understanding in this area. This study uses a combination of qualitative and quantitative methodologies consistent with similar studies. The results show that little research exists in the area human talent management in the aerospace industry and that many of these studies do not provide information about the methodology used.

JEL: E24, M12, M54

KEYWORDS: Aerospace Industry, Human Talent Management, Quantitative and Qualitative Research

INTRODUCCIÓN

Desde que el primer papalote fue fabricado y puesto a volar en China “alrededor del año 300 a.C.” (Cefrey, 2002, p. 10), han habido intentos fallidos y otros exitosos que finalmente le han permitido al ser humano lograr uno de sus más grandes anhelos, poder volar. Sí, la fabricación de artefactos voladores ha sido tema de interés a lo largo del tiempo alrededor del mundo. En las dos últimas décadas la industria aeroespacial ha mostrado tener mayor relevancia a nivel mundial, dado el crecimiento en la conectividad de las líneas comerciales de aviación, el creciente interés internacional por tener satélites artificiales en el espacio y el aumento del uso de armamento cada vez más sofisticado para usos militares, entre otros. A decir de Carrincazeaux y Frigant (como se citó en Hualde y Carrillo, 2007), la industria aeroespacial se ocupa en la actualidad de “actividades productivas destinadas al diseño y construcción de aviones, helicópteros, *launchers*, misiles naves espaciales y satélites; así como el equipo del que dependen éstos, además de los motores y los equipos electrónicos utilizados a bordo” (p.11). La industria aeroespacial mexicana, no está ajena a este grado de sofisticación de la industria aeroespacial mundial, pues se encuentra en una marcada expansión.

En los últimos 20 años, México se ha convertido en el primer receptor mundial de inversiones para manufacturas de la industria aeroespacial, ya que captó cerca de 33 mil millones de dólares, un volumen mayor que Estados Unidos, China, Rusia y la India. Con ello, el país se convirtió en un sitio estratégico para esa actividad, informó la consultora Deloitte (Martínez, 2010, parr.1). Así el crecimiento de esta industria en México, representa una gran oportunidad de empleo para los mexicanos. Sin embargo, se hace conciencia que estas actividades productivas requieren la aplicación de una tecnología que en ocasiones avanza a pasos agigantados, lo que implica una carrera por la actualización en el nivel de especialización de los trabajadores que las realizan.

En México, no siempre el entrenamiento de los técnicos resulta suficiente para cubrir las necesidades de especialización de estas empresas. Al respecto, Salieri, Santibañez y Fuentes (2010) comentan que...

El entrenamiento de técnicos podría resultar insuficiente, particularmente en el norte de México. Los únicos programas especializados existentes en el norte del país (de reciente incorporación) son los del CENALTEC y del ITSON. Aunque las empresas contactadas localizadas en estas regiones no parecen exigir por el momento altos niveles de capacitación previa a la contratación, la falta de recursos capacitados podría constituir una barrera a la transición hacia segmentos de mayor valor agregado (p. 4).

Lo anterior confirma lo dicho por Williams (2000), quien señala que cada vez se hace más conciencia en cuanto a que la falta de un talento humano adecuado puede convertirse en una desventaja competitiva para las empresas. Aunada a la problemática anterior, Thorne y Pellant (2007) señalan la existencia de una guerra por el talento humano en las empresas, dada la necesidad de éstas de contar con personal especializado en sus áreas específicas. En este sentido, México y su industria aeroespacial no son la excepción, pues se observa en ésta un fenómeno de múltiples aristas. Al igual que muchas empresas a nivel mundial, las empresas que conforman la industria aeroespacial mexicana se enfrentan, entre otras cosas, al hecho de la escasez de técnicos especializados, a la necesidad de capacitar al personal con que se cuenta para que se mantenga actualizado y al reto de mantener en la empresa al personal que ya han capacitado. La piratería ahora existe en las empresas a través de una guerra por el talento humano. Una adecuada gestión del talento humano se vuelve primordial.

Lo anterior detona interrogantes sobre la gestión del talento humano que realiza la industria aeroespacial en México. Sin embargo al momento no hay respuestas concretas a estas y otras interrogantes sobre el tema, pues según lo señalan algunos estudiosos de este sector económico, “en México existe un creciente desarrollo de la industria aeroespacial, pero se carece de estudios y cifras exactas al respecto” (Hualde y

Carrillo, 2007, p. 67). Por lo antes expuesto se plantean las siguientes preguntas: ¿Qué tanto se ha estudiado este tema en México? ¿Cómo se han realizado las investigaciones existentes? ¿Cuál sería el método más adecuado de investigación? Resulta evidente que se requiere investigar este fenómeno dada su importancia para la economía de México.

Por tanto, como primer paso hacia la investigación de este tema, el objetivo del presente artículo es analizar los diferentes enfoques de metodología de la investigación y su aplicación en el estudio de la gestión de talento humano, particularmente en el sector aeroespacial en México. Como objetivos específicos se establecen 1) revisar algunos planteamientos teóricos sobre la naturaleza de la investigación cualitativa y cuantitativa, 2) determinar de qué manera se ha realizado la investigación sobre la gestión del talento humano en la industria aeroespacial en México, y 3) proponer un diseño de investigación que resulte aplicable. Se espera que este artículo sirva para guiar los pasos de los investigadores que pretendan adentrarse en este tema, al ofrecerles estrategias de investigación con un sustento teórico y práctico.

Esta investigación está organizada de la siguiente manera: en la sección de revisión literaria se presentan algunos planteamientos teóricos sobre diversos enfoques de metodología de la investigación; en la sección de metodología se especifica el procedimiento aplicado en la revisión literaria y en el análisis de las publicaciones revisadas sobre el tema de estudio, así mismo, se muestran las fuentes de información consultadas; en la sección de resultados se presenta un análisis de algunas publicaciones sobre gestión del talento humano y sobre la industria aeroespacial desde una perspectiva metodológica; finalmente en la sección de conclusiones se presentan algunas reflexiones y se propone un diseño de investigación aplicable en el tema materia de estudio.

REVISIÓN LITERARIA

Al inicio de la revisión literaria realizada en este artículo, se pudo observar que en el contexto mundial la industria aeroespacial mexicana se encuentra en una creciente expansión. El país se ha convertido en un lugar estratégico para el desarrollo de esta industria. Según datos presentados en un informe de resultados de ProMéxico (2012), existió en el país durante enero de 2011 a junio de 2012 una inversión confirmada de 276 millones de dólares en esta industria, derivada de diez proyectos de inversión. Lo anterior pone de manifiesto, el gran impacto macroeconómico que todo esto sugiere para México, pues implica el fortalecimiento de las capacidades de exportación de pymes, consolidación de centros de capacitación y certificación, fortalecimiento de soporte técnico para ampliar la capacidad de las pymes, una mejora de las capacidades de manufactura especializada y la consecuente creación de programas multiregionales y multisectoriales de tecnología e innovación que permita la competitividad de pymes en mercados globalizados. No hay duda que la globalización exige un trabajo esmerado en la industria aeroespacial mexicana, so pena de quedar obsoleta.

Sin soslayar la importancia de la industria aeroespacial en algunos estados del centro del país, como Querétaro por ejemplo, se puede afirmar que los estados del norte de México por su cercanía con los Estados Unidos de Norteamérica y por su acceso a los Océanos Pacífico y Atlántico, se han convertido en lugares estratégicos para el desarrollo de la industria aeroespacial, pues permite la pronta importación y exportación de productos, la eficiente adquisición de materia prima, así como la gestión de transferencia de tecnología y de servicios. Dado lo anterior, la industria aeroespacial se ha concentrado en el norte del país. De esta manera estados como Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas albergan el 72 % de esta industria, según datos proporcionados por la Federación Mexicana de la Industria Aeroespacial [FEMIA] (2012). En apoyo a esta industria, programas educativos especializados en el área aeroespacial se imparten en el norte de México en algunas instituciones educativas, como el Centro de Entrenamiento en Alta Tecnología (CENALTEC), en Chihuahua, el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), en

Valle de Las Palmas y Mexicali, la Universidad Politécnica de Chihuahua, la Universidad Autónoma de Nuevo León, la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez y la Universidad Autónoma de Chihuahua.

Esta revisión documental inicial puso de manifiesto la importancia de la industria aeroespacial para la economía mexicana y a su vez, la importancia de la existencia de programas educativos y de capacitación que brinden a las personas que laboran o pretenden laborar en esta industria, los conocimientos y habilidades necesarios en cada área específica. En efecto, el desarrollo de la industria aeroespacial exige también el desarrollo del talento de quienes trabajan en ella. Resulta evidente la importancia de una gestión del talento humano eficiente, que sea capaz de ajustarse a las necesidades presentes y futuras de esta industria. Así las cosas, la evaluación de sus estrategias y la búsqueda de mejores prácticas en materia de gestión del talento humano se vuelven primordiales. Lo anterior plantea la necesidad de realizar investigaciones sobre el tema, que cuenten con un rigor metodológico, el cual garantice la confiabilidad de sus resultados. ¡He ahí el punto de inicio... se requiere primero saber cómo investigar!

Se reconoce que el vertiginoso cambio social y la pluralidad de estilos de vida, entre otros, han creado contextos inéditos bastante complejos, en donde el uso de uno u otro método de investigación puede resultar limitado. Se hace necesario que los investigadores sean sensibles a estos cambios y sean capaces de aplicar de manera flexible las estrategias que resulten más idóneas para adentrarse en esta complejidad. Algunos estudiosos del tema de metodología de la investigación han señalado que existe una marcada diferencia entre las ideas centrales que fundamentan tanto la naturaleza de la investigación cualitativa como de la investigación cuantitativa. En este sentido, Denzin y Lincoln (2000) señalan que al realizar una investigación cualitativa se enfatiza la naturaleza de la realidad construida socialmente, la relación íntima entre el investigador e investigado, mientras que al realizar una investigación cuantitativa se enfatiza la medida y análisis de las relaciones causales entre las variables. No es de sorprender por tanto, que en las últimas décadas, la investigación cuantitativa se haya visto de alguna manera rebasada y que el interés en la investigación cualitativa haya crecido.

La investigación cualitativa aplica un conjunto de complejas prácticas interpretativas coherentes con las también complejas formaciones sociales. Al respecto, Flick (2009) expone la importancia de estudiar los significados subjetivos, las experiencias y prácticas diarias, así como las narrativas y el discurso. Actualmente la disputa por la supremacía entre ambos métodos de investigación ha llegado a un buen término, pues ahora se reconoce que no son excluyentes sino complementarios. La aplicación de una investigación mixta que incluya ambos métodos, brinda al investigador una visión más amplia del fenómeno estudiado. Autores como Blaxter, Hughes y Tight (2008) al hablar sobre la combinación de ambos modos de investigar han señalado lo siguiente:

La investigación cuantitativa y cualitativa se combinan para ofrecer una imagen general. La investigación cuantitativa puede emplearse para subsanar las lagunas que surgen en un estudio cualitativo porque, por ejemplo, el investigador no puede estar en más de un lugar a la vez. Alternativamente, puede suceder que no todos los problemas sean asequibles únicamente a la investigación cuantitativa o únicamente a la cualitativa (p. 100).

Los diseños de investigación mixta al subsanar las lagunas de uno u otro método, permiten una visión más clara de los fenómenos. Resulta pertinente analizar entonces diversos diseños de investigación mixta y las diferentes tradiciones o estrategias de investigación. Miles y Huberman (como se citó en Flick, 2009), exponen cuatro diseños en los que se pueden integrar el método cuantitativo y cualitativo. En el primer diseño, se realiza una recogida continua de ambas clases de datos. En el segundo diseño, la recogida de datos se realiza de manera paralela a través de investigación cualitativa y cuantitativa. A decir del citado autor, este diseño contempla tres etapas u oleadas como él les llama. En una primera oleada se investiga a través de investigación cuantitativa, luego se dan significado

a los datos obtenidos en la investigación cualitativa y se realiza la segunda oleada de investigación cuantitativa, posteriormente se dan significado a los datos obtenidos en la investigación cualitativa y finalmente se realiza la tercera oleada. En el tercer diseño se realiza una exploración a través de investigación cualitativa, seguido de la aplicación de un cuestionario a través de investigación cuantitativa y finalmente se realiza una profundización y evaluación de los resultados a través de investigación cualitativa. En el cuarto diseño se inicia con una encuesta a través de la aplicación del método cuantitativo, seguido de un estudio de campo a través del método cualitativo y finalmente la realización de un experimento a través del método cuantitativo.

Los diseños anteriores muestran que un estudio puede estar conformado tanto por enfoques cualitativos como cuantitativos en las diversas etapas del proceso de investigación. El uso de ambos métodos se puede secuenciar. Asimismo se puede triangular la investigación cualitativa y cuantitativa, esto es, combinar ambos métodos para compensar las debilidades de uno y otro. Creswell y Plano (2007) explican que en la realización de un diseño de investigación mixta, se deben tomar en cuenta las habilidades que tenga el investigador para realizar una investigación utilizando ambos métodos. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que el recolectar datos a través de ambos métodos obviamente implica más tiempo.

Cuando se aplica la investigación cualitativa en estos diseños mixtos, es importante recordar que existen diversas tradiciones o estrategias de investigación cualitativa. Así Creswell (1998) menciona que hay cinco tradiciones: biografía, fenomenología, la teoría fundamentada, etnografía y estudio de caso. Los procedimientos específicos de análisis de datos que se utilizan en estas tradiciones son: manejo de datos, leer y escribir memos, describir, clasificar, interpretar y representar o visualizar. A decir del precitado autor, aunque las cinco tradiciones de investigación realizan similares procedimientos específicos en cuanto a manejo de datos y escritura de memos, se observa que en los procedimientos de descripción, clasificación, interpretación y representación difieren (ver Tabla 1).

Por su parte Flick (2007), menciona otras estrategias de investigación como el análisis del discurso en donde los procedimientos se refieren no sólo a las conversaciones cotidianas, sino también a otros tipos de datos como por ejemplo, las entrevistas o los informes de medios de comunicación. Flick (2007) menciona además otras posiciones teóricas como los estudios de trabajo y la psicología discursiva.

A decir de Padgett (2008), en la actualidad la investigación cualitativa abarca toda una familia de métodos en donde, como en cualquier familia, algunos miembros se frecuentan más que otros. También se puede observar que mientras que unos miembros han estado presentes desde hace tiempo, como la etnografía, los casos de estudio y la teoría fundamentada, otros como el análisis de la narrativa, el constructivismo y también los enfoques fenomenológicos son nuevos en el escenario.

Cuando se aplica la investigación cuantitativa, en estos diseños mixtos, es importante recordar que en la investigación cuantitativa existen a decir de Hernández, Fernández y Baptista (2010) diseños de “investigación experimental e investigación no experimental. A su vez, la primera puede dividirse de acuerdo con las clásicas categorías de Campbell y Stanley (1966) en: preexperimentos, experimentos ‘puros’ y cuasiexperimentos. La investigación no experimental la subdividimos en diseños transversales y diseños longitudinales” (p. 121). Al llegar al final de este apartado y a manera de sumario, se puede afirmar que la propuesta de Creswell (1998) parece ser más acertada, dada la descripción concreta y sencilla de los procedimientos para la aplicación de la investigación cualitativa. De igual manera se puede afirmar, sin la intención de minimizar los beneficios que ofrece la investigación cuantitativa, que también la investigación cualitativa ofrece una amplia gama de posibilidades de estrategias de investigación, con la que se puede interpretar de una manera muy sensible y detallada las relaciones sociales. Sin duda, el poder observar un fenómeno a través de ambas lentes (investigación cualitativa e investigación cuantitativa) con una investigación mixta, le ofrece al investigador una visión más clara de la realidad que se pretende interpretar.

Tabla 1: Procedimientos Específicos en Cuanto A Manejo de Datos Por Tradición de Investigación Cualitativa

Etapa/Tradición	Biografía	Fenomenología	Teoría Fundamentada	Etnografía	Estudio de Caso
manejo de datos	Crear y organizar archivos de datos	Crear y organizar archivos de datos	Crear y organizar archivos de datos	Crear y organizar archivos de datos	Crear y organizar archivos de datos
leer y escribir memos	Leer a través del texto, hacer notas al margen y formar códigos	Leer a través del texto, hacer notas al margen y formar códigos	Leer a través del texto, hacer notas al margen y formar códigos	Leer a través del texto, hacer notas al margen y formar códigos	Leer a través del texto, hacer notas al margen y formar códigos
Descripción	Del grupo meta de experiencias	Del significado de la experiencia para el investigador	No lo realiza	De la fotografía de la situación (actores, lugares, etc.)	El caso y su contexto
Clasificación	material contextual	unidades de significado	Contextos estrategias, etc.	buscando regularidades en el tema y patrones	Categorías
Interpretación	Teoriza hacia el desarrollo de patrones y significados	Desarrolla una descripción textual, estructural y general de las experiencias (saca la esencia)	Desarrolla una matriz condicional	Interpreta y hace sentido de los hallazgos	Desarrolla generalizaciones.
Representación	Presenta una narración enfocándose en procesos y teorías	Presenta narración de la esencia de la experiencia	Presenta propuestas	Presenta una narración aumentada por tablas, figuras y diálogos	Presenta también la narración aumentada por tablas y figuras.

En esta tabla se observa que son cinco las tradiciones de investigación cualitativa y que todas inician con un manejo de datos. Las etapas en cada tradición son las mismas, a excepción de la tradición de Teoría Fundamentada, la cual no lleva a cabo la etapa de descripción. (Elaborado a través de métodos propios con información de Creswell, 1998, pp.148-149).

METODOLOGÍA

La presente investigación es de corte cualitativo. Es un estudio descriptivo de tipo documental transversal en el que se realiza una revisión de algunos planteamientos teóricos que hasta el momento se han vertido sobre la naturaleza de la investigación cuantitativa y cualitativa, así como de los diversos diseños de investigación mixta y las tradiciones o estrategias de investigación cualitativa y cuantitativa. A la luz de los planteamientos teóricos revisados, se analizaron las estrategias de investigación utilizadas en estudios sobre la gestión del talento humano en la industria aeroespacial en México.

Para seleccionar las publicaciones sobre el tema de estudio que se habrían de analizar en este artículo, se consideraron los siguientes criterios: 1) que se tratara de investigaciones sobre el tema de estudio; 2) que las investigaciones mostraran el diseño metodológico aplicado; 3) que las investigaciones hubieran sido realizadas durante los últimos diez años; 4) que las investigaciones hubieran sido realizadas en o sobre México. Lo anterior en congruencia con el título del presente artículo.

Durante el mes de enero de 2013, se revisaron algunas bases de datos como Ebsco Host, INEGI, ProQuest y SSRN, pero no se encontraron investigaciones que cumplieran con los cuatro criterios anteriores. En algunos casos se encontraron sólo cuadros estadísticos, en otros se encontraron trabajos en donde se vertían las opiniones de los autores de una manera muy subjetiva, sin estar sustentadas por ningún tipo de investigación documental o de campo. Así también se encontraron estudios realizados sobre recursos humanos, no sobre el tema propuesto por el presente artículo: la gestión del talento humano. Lo anterior reveló la prevalencia de la concepción del trabajador como instrumento sustituible en la maquinaria de una organización y no como un talento que toma años desarrollar. Así también se encontraron publicaciones sobre la industria aeroespacial de otros países. Ninguna de estas publicaciones fue considerada en el análisis realizado en el presente estudio. Se encontraron estudios en algunas otras fuentes que sí cumplían con los cuatro criterios de selección establecidos para este artículo en: Google,

Google Scholar, REPEC, Redalyc, y en otros repositorios de revistas digitales como Gestipolis.com, Dialnet, Metalmecánica.com y deGerencias.com; así como en el repositorio de tesis del Instituto Politécnico Nacional (Ver tabla 2).

Tabla 2: Palabras Claves de Búsqueda Por Fuente de Información

Palabras Clave/Fuente	Google Scholar	Google	REPEC	Redalyc	Repositorios de tesis (IPN)	Gestipolis.com	Dialnet	Revistas UDG	Metalmecánica.com	Libros	Total
Gestión del Talento Humano e industria aeroespacial	1	2						1			4
Gestión del talento humano y México			2	3	1	1	1				8
Industria Aeroespacial y México	3	4	1		1				1	3	13
Total	4	6	3	3	2	1	1	1	1	3	25

En esta tabla se observan las fuentes de información que se consultaron, así como el número de publicaciones revisadas en cada una de ellas. Se evidencia una escasez de publicaciones sobre la gestión del talento humano en la industria aeroespacial en México.

El análisis de las publicaciones se llevó a cabo en cada caso, determinando el método de investigación utilizado e identificando las unidades de análisis, así como las técnicas de investigación aplicadas. Los datos obtenidos en cada publicación se integraron en una tabla comparativa. Con la información obtenida en esta indagatoria, se pudieron plantear estrategias de investigación que resultan de utilidad para profundizar en la investigación de este tema.

RESULTADOS

Para iniciar la presentación de resultados y a la luz de las propuestas teóricas revisadas sobre metodología de la investigación, se muestran a continuación los datos derivados del análisis realizado a algunas publicaciones sobre la gestión del talento humano en la industria aeroespacial en México. En todos los casos se identificó el método aplicado, las unidades de análisis y las técnicas aplicadas (Ver tabla 3).

Resultaron escasas las publicaciones en las que en el título se hiciera referencia a la gestión del talento humano en la industria aeroespacial mexicana como tal; sin embargo, se pudo constatar que al menos dos de las publicaciones al interior del documento, sí abordaron el citado tema visto desde la perspectiva de formación de profesionales. Se encontró que en algunos estudios, no se habla de la industria aeroespacial mexicana en general, sino sobre la industria aeroespacial en una de las entidades del país, o bien sobre la industria aeroespacial como parte de una problemática en el contexto de las nuevas políticas públicas del país. Fueron 10 los documentos revisados que abordaron el tema de la gestión del talento humano, de los cuales tres fueron realizados aplicando el método cuantitativo con la técnica de encuesta y como instrumento, un cuestionario. Dos de los estudios en comento realizaron un muestreo no probabilístico de tipo por conveniencia. Se observa una prevalencia del método cualitativo con la aplicación de técnicas como la revisión documental y la entrevista.

En el mismo contexto, de las publicaciones revisadas sobre la industria aeroespacial, destaca la elaborada por Salieri, Santibañez y Fuentes (2010), la cual aborda de manera específica el tema materia de estudio de este artículo. Se refiere a la gestión del talento humano que realiza la industria aeroespacial mexicana, aunque para ello se utilice el término capital humano (Ver tabla 4). El estudio presenta en la sección de anexos la descripción de la metodología aplicada. Se señala que se recolectó información “cuantitativa (cuántos individuos capacitados están o van a estar disponibles en el mercado) y cualitativa (que tan adecuada es la formación con respecto a las exigencias del sector)” (p.36). Se describe la aplicación de técnicas de recolección de datos a través de revisión documental y la realización de entrevistas a expertos

y ejecutivos del sector; sin embargo, no se describe algún cálculo estadístico de alguna muestra, o tratamiento estadístico de la información obtenida, ni tampoco alguna comprobación de hipótesis, por lo que el estudio resulta esencialmente de corte cualitativo de tipo descriptivo (Ver Tabla 4).

Tabla 3: Publicaciones Sobre Gestión del Talento Humano en México

Autor	Año	País	Fuente	Título	Método Aplicado	Unidad De Análisis	Técnicas Aplicadas
Salinas-García, R.	2013	México	R	Desarrollo industrial y formación profesional en la industria aeronáutica en Querétaro	Cualitativo	Características que tiene el desarrollo industrial y la formación profesional	Revisión documental
Patiño, H.	2012	México	C	Tendencias en el mundo de la psicología organizacional	Cualitativo	Ocho estudios sobre psicología organizacional	Revisión documental
Garcés González, R.	2011	México	R	La composición del capital intelectual. Una valoración sociológica.	Cualitativo	El concepto de capital intelectual	Revisión documental
Núñez Ríos, J.	2010	México	T	Análisis del proceso de gestión del talento humano en hoteles cuatro estrellas	Cuantitativo	101 hoteles de 4 estrellas ubicados en la delegación Cuauhtémoc	Muestreo estadístico, encuesta
Guajardo, G.	2009	México	P	Between the Workshop and the State: Training human capital in railroad companies in Mexico and Chile.	Cualitativo	Estrategias de capacitación del capital humano adoptadas por compañías en México y Chile entre 1850 y 1930	Revisión documental
Cham, E., López, C., Spears, A. y Ramírez, C.	2008	México	R	Retos y perspectivas de la capacitación del capital humano bajo el contexto de las nuevas políticas públicas en ciencia y tecnología.	Cualitativo	Modelos de capacitación del capital humano	Revisión documental
Moctezuma, G. y Espinosa, J.	2008	México	R	Análisis prospectivo de la importancia en gestión de los talentos humanos en las instituciones de enseñanza, investigación y desarrollo agropecuario y forestal.	Cualitativo	22 universidades y 16 instituciones comprometidas con el desarrollo del sector agropecuario y forestal.	Grupo focal
Liquidano, M.	2006	México	R	El administrador de recursos humanos como gestor de talento humano. Sus competencias y la relación de las prácticas de administración de recursos humanos.	Cuantitativo	219 empresas de Aguascalientes.	Muestreo no probabilístico. Encuesta
Liquidano, M.	2006	México	R	La gestión de Recursos Humanos en Empresas de Aguascalientes	Cuantitativo	219 empresas de Aguascalientes.	Muestreo no probabilístico. Encuesta
Mejía, A., Jaramillo, M. y Bravo, M.	2006	Colombia	R	Formación del talento humano: factor estratégico para el desarrollo de la productividad y la competitividad sostenibles en las organizaciones.	Cualitativo	Tendencias actuales de la formación de talento humano y su efecto sobre la productividad y la competitividad en las organizaciones en empresas latinoamericanas.	Revisión documental

R= revista, P= paper, T= tesis C=Conferencia En esta tabla se observa que fueron muy pocas las publicaciones sobre el tema materia de estudio. Sólo dos de los documentos revisados abordaron en parte el tema, aunque en el título no se observan todas las palabras claves. Se optó por incluir en esta tabla investigaciones que al menos abordaran el tema de gestión del talento humano en México o Latinoamérica, aunque no fuera en la industria aeroespacial. Se observa una prevalencia del uso del método cualitativo.

El citado estudio pone de manifiesto las principales carencias en cuanto a talento humano, según lo refieren los entrevistados. La principal carencia que se menciona es la falta de técnicos con capacitación de CNC. A decir de los citados autores, “algunas empresas han desarrollado programas de entrenamiento en colaboración con instituciones educativas (en Baja California: CECATI, CECITE y el Tecnológico de Mexicali) para poder capacitar a sus propios empleados, aun cuando la capacitación toma más de un año” (p. 24). En la Tabla 4 también se observa que en la publicación realizada por el Consejo Mexiquense de Ciencia y Tecnología (s.f.), existen lagunas de información en cuanto a la metodología aplicada. En este documento se utilizó el término aeronáutica y no aeroespacial en el título, sin embargo la información presentada sí se refiere a la gestión del talento humano en la industria aeroespacial mexicana. Cabe mencionar que en la literatura que se ha revisado hasta el momento, se ha podido encontrar que en algunos casos se utilizan indistintamente los términos aeronáutica y aeroespacial; sin embargo, algunos estudiosos del tema distinguen una marcada diferencia entre ambos términos. Hualde y Carrillo (2007), señalan que la aeronáutica se refiere a lo que vuela dentro de la atmósfera terrestre, en tanto que aeroespacial se refiere a lo que vuela fuera de ella.

Cabe señalar que aunque el objetivo del presente artículo es analizar las investigaciones desde una perspectiva metodológica y no los resultados obtenidos en ellas, se considera pertinente destacar que pese al uso del término aeronáutica y no aeroespacial en el título, el documento del Consejo Mexiquense de Ciencia y Tecnología (s.f.), sí aborda el tema de la gestión del talento humano en la industria aeroespacial mexicana, al comentar que existen factores que generan “una oportunidad para el crecimiento de la cadena de valor en términos de talento humano y servicios que impacten la calidad y la innovación” (p.43). En el citado estudio se identifica a la educación, capacitación y certificación como un nicho que requiere de una estrategia de alianzas para poderlo desarrollar. Otros autores como la Secretaría de Economía (2012) Gutiérrez, I. (2012), también utilizaron el término aeronáutica para referirse a la industria aeroespacial mexicana. En la publicación de la Secretaría de Economía (2012), se presenta el resultado de una revisión documental con la que se logra, entre otras cosas, describir la estructura de la industria aeroespacial y su distribución geográfica. Asimismo se presenta un análisis FODA, elaborado por la propia Secretaría de Economía “con la participación de representantes de diversas empresas del sector aeroespacial del país, de FEMIA Y PROMÉXICO” (p. 46).

Entre las debilidades que se identificaron en este análisis FODA, destaca la “falta de capital humano con experiencia en tecnología aeroespacial y a nivel gerencial” (p. 47). El estudio señala que “en niveles gerenciales y de ingeniería, se requiere reforzar las capacidades administrativas y básicas como el idioma inglés” (p. 48). Este estudio se realizó a través de una investigación cualitativa de tipo descriptiva. Aunque en la publicación no se menciona de manera específica, se puede observar que se aplicaron técnicas de investigación como la revisión documental y grupo focal. Por su parte Gutiérrez, I. (2012), en su publicación analiza la ventaja competitiva de México en la industria aeronáutica espacial aplicando el modelo de Porter. Es un estudio de tipo descriptivo de corte cualitativo, el cual tuvo como objetivo “demostrar que México tiene ventajas competitivas internacionales dentro de la industria aeroespacial” (p. xvi).

Otra publicación revisada fue la elaborada por ProMéxico (2012), en la cual se presenta un informe de la inversión y el comercio realizado por el país durante enero de 2011 a junio de 2012, en la citada publicación se menciona que “se aplicó una encuesta entre las empresas aeroespaciales para generar una matriz de capacidades, procesos y certificaciones, así como un directorio. De esta segunda versión derivaron acciones, casos de negocios y MRT regionales por nicho de especialidad” (p. 184). Dado lo anterior se infiere que la investigación fue de corte cuantitativo; sin embargo, no se especifica en la publicación el tamaño de la muestra, ni tampoco cuál fue el procedimiento estadístico aplicado.

Se encontraron dos publicaciones que abordan el tema de la industria aeroespacial en el Estado de Querétaro: Casalet, Stezano, Abelenda, Buenrostro y Oliver (2011) y Hernández (2011). En la publicación revisada de Casalet y cols. (2011) se plantearon algunos desafíos (cambios en las políticas públicas, integración de proveedores y encadenamiento productivo, entre otros) enfrentados en la construcción del *cluster* aeroespacial en Querétaro a través de numerosas evidencias de una exhaustiva revisión documental. En la citada publicación se presenta un estudio de caso sobre el encadenamiento productivo aeroespacial en el citado estado.

En la sección de anexos se presenta el cuestionario utilizado en las entrevistas a 16 agentes relevantes del sector aeroespacial en México. La investigación realizada fue de corte cualitativo. Por su parte en la publicación de Hernández (2011) se analiza el proceso de transferencia de conocimiento de los componentes estructurales del modelo Q400 y Global Express en *Bombardier Aerospace*, Querétaro. Es un estudio de corte cualitativo, en el que se realiza un estudio de caso. La recolección de datos se realizó a través de la aplicación de entrevistas a 30 personas.

Tabla 4: Publicaciones Sobre la Industria Aeroespacial en México

Autor	Año	País	Fuente	Título	Método Aplicado	Unidad De Análisis	Técnicas Aplicadas
ProMéxico	2012	México	I	Inversión y comercio. Informe de Resultados Enero de 2011/junio de 2012.	Cuantitativo	Empresas de la industria aeroespacial mexicana. (No se indica número.)	Revisión documental y Encuesta
Secretaría de Economía. Dirección General de Industrias Pesadas y de Alta Tecnología Gutiérrez, I.	2012	México	I	Industria Aeronáutica en México	Cualitativo	Industria aeronáutica mexicana	Revisión Documental
Martínez, J.	2011	Canadá	R	Centripetal forces in aerospace clusters in Mexico	Cuantitativo	Clusters en México (30 empresas)	Encuesta y entrevista
Hernández, J.	2011	México	R	Transferencia de conocimiento en la industria aeroespacial mexicana: el caso de Bombardier Aeroespacial, Querétaro	Cualitativo	Proceso de transferencia de conocimiento de los componentes estructurales del modelo Q400 y Global Express	Revisión documental y entrevistas
Casalet, M., Stezano, F., Abelenda, L., Buenrostro, E., Oliver, R.	2011	Chile	L	Evolución y complejidad en el desarrollo de encadenamientos productivos en México. Los desafíos de la construcción del cluster aeroespacial en Querétaro.	Cualitativo (Estudio de Caso)	Agentes relevantes del sector aeroespacial en México: 2 organismos internacionales 9 organismos públicos 5 empresas privadas	Revisión documental y entrevista
Metalmecánica	2011	México	R	Industria Aeronáutica en México: Volando alto.	Cualitativo	Industria aeronáutica Mexicana	Revisión documental y Entrevista
Salieri, G., Santibañez, L. y Fuentes, A.	2010	No se indica	W	Estudio de las necesidades de capital humano de la Industria Aeroespacial en México	Cualitativo	Capacidades requeridas por cada área de la cadena de valor y programas educativos y de certificación del sector	Revisión documental y Entrevista
Martínez, V.	2010	México	R	Es el país atractivo para inversión aeroespacial: Deloit. Manufactureras nacionales deben aprovechar el crecimiento de ese sector, afirma.	Cualitativo	Inversión aeroespacial	Entrevista
Carrillo, J. y A.	2009	México	L	Potencialidades y limitaciones de sectores dinámicos de alto valor agregado. la industria aeroespacial en México.	Cuantitativo	23 Empresas aeroespaciales en Baja California	Revisión documental: Encuesta
A. y Carrillo, J.	2007	México	L	La industria aeroespacial en Baja California. Características productivas y competencias laborales y profesionales.	Mixto	23 Empresas aeroespaciales en Baja California	Revisión documental: Encuesta
Massachusetts Office of International Trade & Investment	2007	EEUU	I	Mexican Aerospace Industry	Cualitativo	Empresas de la industria aeroespacial mexicana. No se indica número.	Revisión documental: Fuentes primarias y secundarias.
A., Carrillo, J. y Domínguez, R.	2005	México	L	Diagnóstico de la Industria Aeroespacial en Baja California. Características Productivas y Requerimientos Actuales y Potenciales de Capital Humano.	Mixto	23 plantas de aeropartes establecidas en Baja California.	Revisión documental: encuesta.
García Bernal, M.A.	2002	México	T	Fusión de la aleación ligera Al-4.5 Mg y análisis de sus propiedades superplásticas de aplicación aeronáutica y aeroespacial.	Cuantitativo	Aleación de aluminio	Experimentación
Consejo Mexiquense de Ciencia y Tecnología	s.f.	México	F	Desarrollo de un plan estratégico para el fortalecimiento y articulación de la cadena de valor de la industria aeronáutica en el estado de México.	No se indica	5 áreas de crecimiento para la industria aeroespacial	No se indica

L = libro, R= revista, F= folleto, P= periódico, W= portal de internet, I= informe En esta tabla se observan las publicaciones revisadas sobre la industria aeroespacial mexicana. Tres de los documentos revisados fueron estudios realizados en el extranjero. Uno de los documentos revisados sólo mostró los resultados sin especificar el método de investigación aplicado. Se observa una prevalencia de la aplicación del método cualitativo.

En la tabla 4, se pueden observar al menos tres investigaciones realizadas en el extranjero sobre la industria aeroespacial mexicana: la investigación anteriormente descrita de Casalet y cols. (2011), la cual fue realizada en Chile, la de Martínez (2011), realizada en Canadá y la elaborada por Massachusetts

Office of International Trade & Investment (2007) realizada en Estados Unidos. La investigación de Martínez (2011), es un estudio que aborda el tema de los *clusters* en la industria aeroespacial mexicana. La citada investigación es de corte cualitativo y se realizó a través de revisión documental, encuesta y entrevistas en 30 empresas ubicadas en cuatro estados de la República Mexicana: Baja California, Chihuahua, Nuevo León y Querétaro. Es una investigación de corte cuantitativo, en la que se aplica estadística descriptiva para procesar los datos. Por su parte la investigación realizada por *Massachusetts Office of International Trade & Investment* (2007) es una investigación de corte cualitativo en la que se presentan los resultados de una amplia revisión documental sobre la industria aeroespacial mexicana. En el documento se exponen las oportunidades que ofrece la industria aeroespacial mexicana en términos de mano de obra barata y las ventajas estratégicas que ofrece su ubicación.

Siguiendo con el análisis de las publicaciones desde una perspectiva metodológica, se observa que en las investigaciones realizadas por Hualde, Carrillo y Domínguez (2005) así como Hualde y Carrillo (2007), se aplica un método mixto para estudiar a una muestra de 23 empresas ubicadas en Baja California (Ver Tabla 4). Hualde y Carrillo (2007) presentan al inicio de la publicación una revisión documental de las características generales y evolución de la industria aeroespacial mundial y de la industria aeroespacial mexicana. Posteriormente se presentan los resultados de una encuesta aplicada a 23 plantas de aeropartes establecidas en Baja California. Finalmente los autores presentan un análisis cualitativo de la información obtenida mediante la aplicación de entrevistas. Cabe señalar que no se indica cuál tradición de investigación cualitativa se siguió para realizar este análisis, tampoco se indica la secuencia de su procedimiento de investigación; sin embargo, dada la forma en que se presentan los resultados, se puede inferir que la investigación en comento podría ajustarse a un diseño de investigación mixta correspondiente al tercer diseño mencionado en el apartado de revisión literaria del presente artículo, el cual fue propuesto por Miles y Huberman (como se citó en Flick, 2009).

En este diseño de investigación mixta se realiza una exploración a través de investigación cualitativa, seguido de la aplicación de un cuestionario a través de investigación cuantitativa y finalmente se realiza una profundización y evaluación de los resultados a través de investigación cualitativa.

Fueron 15 los documentos revisados que abordaron el tema de la industria aeroespacial, de los cuales tres fueron realizados aplicando el método cuantitativo con la técnica de encuesta y como instrumento, un cuestionario. Dos de los estudios en comento realizaron un muestreo no probabilístico de tipo por conveniencia. Se observa una prevalencia del método cualitativo con la aplicación de técnicas como la revisión documental y la entrevista.

CONCLUSIONES

Tras haber analizado la investigación sobre la gestión del talento humano de la industria aeroespacial en México, se puede dar respuesta a las preguntas planteadas al inicio de este artículo, las cuales fueron: 1) ¿Qué tanto se ha estudiado este tema en México? 2) ¿Cómo se han realizado las investigaciones existentes? 3) ¿Cuál sería el método más adecuado de investigación? Con relación a la primera pregunta, se puede decir que se confirmó que la gestión del talento humano en la industria aeroespacial en México se ha estudiado relativamente poco, pues sólo 6 de las 25 publicaciones revisadas, es decir 16% de las publicaciones abordó el tema de una manera directa, el resto sólo hizo mención de la gestión del talento humano al hablar de otras industrias o en otros contextos, como fue el caso de la publicación sobre psicología organizacional o la de instituciones de enseñanza, investigación y desarrollo agropecuario y forestal. Con relación a la segunda pregunta, resultó evidente que las investigaciones se realizaron en su mayoría aplicando el método cualitativo, pues 15 de las 25 publicaciones revisadas, es decir 60% aplicaron este método. De las 15 publicaciones, 13 aplicaron la revisión documental, es decir 87% y 5 de las 15 publicaciones aplicaron la técnica de entrevista, es decir 33%. Cabe mencionar que 6 publicaciones aplicaron método cuantitativo y sólo dos publicaciones aplicaron método mixto. Sin embargo, se observó

que en las publicaciones en las que se aplicó método cuantitativo, sólo una aplicó un muestreo probabilístico, el resto aplicaron muestreos no probabilísticos.

La técnica utilizada en ambos casos fue la encuesta y para analizar los datos obtenidos utilizaron estadística descriptiva. En tanto que en las publicaciones en las que se aplicó método mixto no se especificó qué tradición de investigación cualitativa se aplicó, ni tampoco qué tipo de investigación mixta se llevó a cabo. Con relación a la tercera pregunta, y a la luz de los planteamientos teóricos revisados sobre la naturaleza del método cuantitativo y cualitativo, se puede afirmar que el poder observar un fenómeno a través de ambas lentes (investigación cualitativa e investigación cuantitativa) reduce la opacidad de un fenómeno. La investigación mixta, por tanto, resulta aplicable para el estudio del tema en comento, como se sugiere en los párrafos subsecuentes. La revisión de publicaciones sobre la gestión del talento humano en la industria aeroespacial en México, permite ahora dar sustento práctico a una propuesta de estrategias de investigación, pues el identificar en los estudios revisados algunas debilidades metodológicas, coadyuva a que las estrategias propuestas se realicen de manera depurada.

Un ejemplo de las debilidades encontradas, fue la poca información proporcionada en las publicaciones revisadas sobre el diseño de investigación y en su caso la tradición o estrategia de investigación aplicada. Destaca el hecho que sólo en dos publicaciones se haya aplicado el método mixto de investigación, pero sin especificar la tradición de investigación cualitativa ni el tipo de investigación mixta aplicado.

La revisión de publicaciones sobre el tema materia de estudio, permitió identificar algunos hallazgos de estas investigaciones. Se pudo identificar por ejemplo, que a pesar que la industria aeroespacial no es de data reciente en México, se ha realizado muy poca investigación sobre este tema, y menos aún sobre el tema de gestión del talento humano en la industria aeroespacial en México. Específicamente en Baja California, fue evidente que no existe consenso en cuanto al número de empresas que conforman la industria aeroespacial, pues mientras Hualde y Carrillo (2007) y la Secretaría de Desarrollo Económico de Gobierno del Estado de Baja California señalan que son aproximadamente 40 empresas, INEGI (2011) identifica sólo a 11. Se puede concluir, por tanto, que el tema materia de estudio ofrece grandes retos, partiendo del hecho que no existe consenso en cuanto a las características que determinan que una empresa sea considerada parte de la industria aeroespacial, lo que da como consecuencia este sesgo tan grande en el tamaño del universo, situación que sin duda impacta a cualquier investigación en cuanto al cálculo del tamaño de la muestra, para que en verdad sea representativa.

Para guiar los pasos de quienes pretendan abordar el tema de la gestión del talento humano en la industria aeroespacial, se plantean las siguientes estrategias de investigación: se propone un diseño de investigación mixta, en el que se realice una exploración a través de investigación cualitativa, seguido de la aplicación de un cuestionario a través de investigación cuantitativa y finalmente que se realice una profundización y evaluación de los resultados a través de investigación cualitativa, es decir, el tercer diseño comentado en la sección de revisión literaria de este artículo, el cual fue propuesto por Miles y Huberman (como se citó en Flick, 2009). Para la exploración a través de investigación cualitativa, se propone que el estudio se lleve a cabo a través de la tradición de teoría fundamentada, dado que esta tradición de investigación cualitativa permite un análisis de datos sistemático, el cual inicia desde el momento mismo en que se obtienen. Este procedimiento de comparación constante permite recoger, codificar y analizar datos simultáneamente, no sucesivamente, lo que agiliza el establecimiento de conclusiones.

Para la aplicación del cuestionario a través de investigación cuantitativa, se propone que se realice un muestreo probabilístico estratificado por zonas del país o por ciudades que integren la entidad federativa estudiada. Para realizar la profundización y evaluación de los resultados a través de investigación cualitativa, se propone que se retomen los resultados obtenidos en la investigación cuantitativa y se les dé sentido desde la teoría fundamentada, triangulándolos con información documental o de otras fuentes.

Se hace conciencia que en la realización del presente artículo, se presentaron algunas limitaciones, como por ejemplo la escasez de libros que abordaran el tema, ya que se encontraron sólo tres, los cuales resultaron ser de los mismos autores y sobre la misma investigación de campo; así también las pocas publicaciones que especificaran la metodología aplicada, lo cual limitó su selección para ser analizadas en este estudio; otra limitante fue la existencia de pocas investigaciones realizadas en México, por lo que se tuvo que recurrir a investigaciones sobre el tema, pero realizadas en otros países; otra limitante fue la existencia de pocas publicaciones que abordaran el tema de manera integral, ya que algunas de ellas sólo analizaban la gestión del talento humano en México, mientras que otras sólo analizaban a la industria aeroespacial mexicana, por lo que se tuvo que recurrir a realizar cuadros de análisis de manera separada. No obstante las limitaciones mencionadas, se puede afirmar que éstas no representaron una imposibilidad para llevar a cabo el presente estudio.

Es importante señalar que el tema abordado en el presente artículo no se ha agotado, pues se trata de un fenómeno que se puede estudiar desde distintas perspectivas, no sólo la metodológica, por tanto presenta múltiples oportunidades para futuras investigaciones. Desde una perspectiva administrativa por ejemplo, se podría estudiar cómo solucionar el problema de la escases de técnicos especializados en la industria aeroespacial; se podría realizar un diagnóstico de necesidades de capacitación (DNC), o se podría investigar cómo capacitar al personal para que se mantenga actualizado y cómo mantener en la empresa al personal una vez que se ha capacitado. Se espera por tanto, que este trabajo sirva de base a otros interesados en el tema, para subsecuentes investigaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Blaxter, L., Hughes, C., & Tight, M. (2008). *Cómo se investiga*. Barcelona: Graó.

Cefrey, H. (2002). *Super Jumbo Jets: por dentro y por fuera*. New York: The Rosen Publishing Works

Carrillo, J. y Hualde, A. (2009). “Potencialidades y limitaciones de sectores dinámicos de alto valor agregado. La industria aeroespacial en México” En Neffa, C., de la Garza, E. y Muñoz, L. (Comp.), *Trabajo, empleo, certificaciones profesionales, relaciones de trabajo e identidades laborales*. (pp. 373-397) Buenos Aires: CLACSO :CAICYT

Casalet, M., Stezano, F., Abelenda, L., Buenrostro, E., Oliver, R. (2011). *Evolución y complejidad en el desarrollo de encadenamientos productivos en México. Los desafíos de la construcción del cluster aeroespacial en Querétaro*. Chile: Naciones Unidas <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/3/45413/W.411.pdf>

Cham, E., López, C., Spears, A. y Ramírez, C. (2008). Retos y perspectivas de la capacitación del capital humano bajo el contexto de las nuevas políticas públicas en ciencia y tecnología. Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Guanajuato Recuperado de http://www.concyteg.gob.mx/formulario/MT/MT2008/MT9/SESION1/MT9_RUBI_LOPEZ_RAMIREZ_SPEARS.pdf

Consejo Mexiquense de Ciencia y Tecnología (s.f.). Desarrollo de un plan estratégico para el fortalecimiento y articulación de la cadena de valor de la industria aeronáutica en el estado de México. [folleto] Mexico: COMECYT.

Creswell, J. W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design – choosing among five traditions*. London: Sage

Creswell, J.W. y Plano, V.L. (2007). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Thousand Oaks: Sage

Félix, S. (2010). “Planes para retener al talento humano: ¿Tan mal está su empresa?” Recuperado de http://www.degerencia.com/articulo/planes-para-retener-al-talento-humano-tan-mal-esta-su-empresa_

Federación Mexicana de la Industria Aeroespacial (2012). FEMIA. Recuperado de www.fime.uanl.mx/.../FEMIA-CIIIA-06.27.12%20Benito%20Gritze

Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa* (2da. ed.). Madrid: Morata.

Flick, U. (2009). *An introduction to Qualitative Research* (4th ed.). London: Sage.

Garcés, R. (2011). La composición del capital intelectual. Una valoración sociológica. *Acta Universitaria* [en línea], 21 (Septiembre-Diciembre). Recuperado de <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=41620956006>

García, M.(2002). Fusión de la aleación ligera al-4.5 Mg y análisis de sus propiedades superplásticas de aplicación aeronáutica y aeroespacial. Recuperado de <http://148.204.48.94:8080/dspace/handle/123456789/8664>

Guajardo, G. (2009). *Between the Workshop and the State: Training human capital in railroad companies in México and Chile, 1850-1930*. Universidad Autónoma de México. MPRA Paper No. 16135. Recuperado de <http://mpa.ub.uni-muenchen.de/16135/>

Gutiérrez, I. (2012). *Ventaja competitiva de México en la industria aeronáutica espacial*. Tesis de maestría. Instituto Politécnico Nacional. Recuperada de <http://148.204.48.94:8080/dspace/bitstream/123456789/10798/1/60.pdf>

Hernández, J. (2011). Transferencia de conocimiento en la industria aeroespacial mexicana: el caso de *Bombardier* Aeroespacial, Querétaro. *Revista de economía del Caribe*. No. 7 pp. 231-259. Recuperado de <http://ideas.repec.org/a/col/000382/010272.html>

Hernández, R., Fernández C. y Baptista P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ta. Ed.) México: McGrawHill

Hualde, A. y Carrillo, J. (2007). *La industria aeroespacial en Baja California. Características productivas y competencias laborales y profesionales*. Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte.

Hualde, A., Carrillo, J. y Domínguez, R. (2005). *Diagnóstico de la Industria Aeroespacial en Baja California. Características Productivas y Requerimientos Actuales y Potenciales de Capital Humano*. México: Colef. Recuperado de: <http://colef.net/ApWp-JCarrillo/wp-content/uploads/2012/04/PU314.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2011). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Recuperado de <http://gaia.inegi.org.mx/denue/viewer.html>.

Liquidano, Ma. (2006a). El administrador de recursos humanos como gestor de talento humano. Sus competencias y la relación de las prácticas de administración de recursos humanos *Contaduría y Administración*, (septiembre-diciembre) Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=39522007>.

Liquidano, Ma. (2006b). La gestión de recursos humanos en empresas de Aguascalientes. *Conciencia Tecnológica* (enero-junio). Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=94403105>.

Martínez, J. (2011). Centripetal forces in aerospace clusters in Mexico. *Innovation and Development*. Volumen 1, No. 2, 2011. DOI: 10.1080/2157930x.2011.605872. pp. 303-318. Recuperado de <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/2157930X.2011.605872>

Martínez, V. (2010). Es el país atractivo para inversión aeroespacial: Deloit. Manufactureras nacionales deben aprovechar el crecimiento de ese sector, afirma. Recuperado de <http://www.logistica.enfasis.com/notas/17648-es-el-pais-atractivo-inversion-aeroespacial-deloitte>

Mas Noticias/Chihuahua (2011). Proyectan planes de estudio en talento humano para la industria aeroespacial: Alberto Chretin. 17 de octubre. Chihuahua: Grupo Editorial Notired Mx

Massachusetts Office of International Trade & Investment (2007). Mexican Aerospace Industry. Recuperado de <http://www.moiti.org/pdf/Mexican%20Aerospace%20Industry.pdf>

Mejía, A., Jaramillo, M. y Bravo, M. (2006). Formación del talento humano: factor estratégico para el desarrollo de la productividad y la competitividad sostenibles en las organizaciones. *Revista científica de Ockham*. Vol. 4, No. 1 (Enero-Junio). Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?Codigo=2934638>

Metalmecánica (2011). Industria Aeronáutica en México: Volando alto. Recuperado de: http://www.metalmecanica.com/mm/secciones/MM/ES/MAIN/IN/ARTICULOS/doc_82356_HTML.html?idDocumento=82356

Michaels, E., Handfield-Jones, H., Axelrod, B. (2003). *La Guerra por el Talento*. Bogotá: Norma

Moctezuma, G. y Espinosa, J. (2008). Análisis prospectivo de la importancia en gestión de los talentos humanos en las instituciones de enseñanza, investigación y desarrollo agropecuario y forestal. *Revista Mexicana de Agronegocios*. Vol. 23. (julio-diciembre). pp. 623-630. Recuperado de <http://ideas.repec.org/a/ags/remearg/45842.html>

Mora Bautista, L. F. (2008). Propuesta para la gestión del talento humano y la comunicación en CNT Sistemas de Información S.A. Tesis no publicada. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana

Núñez Ríos, J. E. (2010). Análisis del proceso de gestión del talento humano en hoteles cuatro estrellas. Tesis de maestría no publicada. México: Instituto Politécnico Nacional. Recuperado de <http://148.204.48.94:8080/dspace/handle/123456789/8664>

Padgett, D. K. (2008). *Qualitative Methods in Social Work* (2 ed.). USA: SAGE.

Patiño, H. (2012). Tendencias en el mundo de la psicología organizacional. Conferencia en el XX Congreso Mexicano de Psicología y III Congreso Iberoamericano de Psicología y Salud. Sociedad Mexicana de Psicología. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/organizacion-talento-2/tendencias-psicologia-organizacional-en-el-mundo.htm>

ProMéxico (2012). Inversión y comercio. Informe de Resultados Enero de 2011/ Junio de 2012. Recuperado de http://www.promexico.gob.mx/archivos/Informe-resultados/PROMEXICO_INFORME_low.pdf

Saldarriaga Ríos, J.G. (2008). Gestión humana: tendencias y perspectivas. Estudios gerenciales, abril-junio, pp 137-159. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v24n107/v24n107a06.pdf>

Salieri, G., Santibañez, L., Fuentes, A. (2010). Estudio de las necesidades de capital humano de la Industria Aeroespacial en México. Fundación IDEA y Abt Associates. Recuperado de <http://www.fundacionidea.org.mx/admin/documentos/publicacion>

Salinas-García, R. (2013). Desarrollo industrial y formación profesional en la industria aeronáutica en Querétaro. Revista de Educación y Desarrollo. Universidad de Guadalajara. Número XXIV Enero-Marzo de 2013. pp. 5-14 Recuperado de http://www.cucs.udg.mx/revistas/edu_desarrollo/antecedentesdetalle.php?n=23

Secretaría de Economía (2012). Industria Aeronáutica en México. Dirección General de Industrias Pesadas y de Alta Tecnología. Recuperado de http://www.economia.gob.mx/files/Monografia_Industria_Aeronautica.pdf

Thorne, K. y Pellant, A. (2007). *The essential guide to managing talent. How top companies recruit, train and retain the best employees*. EEUU: Kogan Page Limited

Williams, M. (2000). *The War for Talent. Getting the Best from the best*. London: Cromwell Press

BIOGRAFÍA

Cruz Elda Macías Terán es Licenciada en Administración de Empresas egresada de la Escuela de Contabilidad y Administración de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) México en 1987, titulada en 1989; obtuvo grado de Maestra en Docencia y Administración Educativa en 2004 por la UABC; obtuvo grado de Doctora en Ciencias de la Educación en 2009 por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Es doctorante del programa de Doctorado en Ciencias Administrativas en UABC. Es Académica Certificada en Administración por la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA) y se desempeña actualmente como Profesor Investigador en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Autónoma de Baja California.

Robert Efraín Zárate Cornejo realizó sus estudios de licenciatura en Economía en la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga (Perú, 1994), la Maestría en Desarrollo Regional (2002) en El Colegio de Frontera Norte y el Doctorado en Ciencias Económicas (2006) en la Universidad Autónoma de Baja California. Es profesor investigador miembro del SNI nivel I, actualmente se desempeña como profesor de Tiempo Completo en la Facultad de Contaduría y Administración, en la Licenciatura de Negocios Internacionales y las maestrías en Administración y Maestría en Tecnologías de Información y Comunicación, coordina el área de economía y comercio internacional y realiza investigación en la línea de investigación Desarrollo Regional, Competitividad y Sistemas de Innovación.

Leonel Rosiles López es Contador Público egresado de la Escuela de Contabilidad y Administración de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) México en 1987, titulado en 1988; realizó estudios de especialidad en fiscal terminados en 1996; obtuvo grado de Maestro en Contaduría en 2003; obtuvo grado de Doctor en Ciencias Administrativas en septiembre de 2011, por la UABC. Es Académico Certificado en Contaduría por la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA) y se desempeña actualmente como Profesor Investigador en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Autónoma de Baja California.

COMPETITIVIDAD DE LAS MICROEMPRESAS EN CUENCA ECUADOR

Luis Tobar Pesántez, Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador

RESUMEN

Cuenca, la tercera del Ecuador, Patrimonio Cultural de la Humanidad, calificada por la Asamblea Nacional como Ciudad Universitaria, elegida como una de las diez mejores ciudades para vivir en el mundo, cuenta con la mayor densidad de unidades productivas en el país; su gran mayoría son pequeños negocios, dichas unidades son las microempresas; sin embargo, dadas sus características, no generan los ingresos suficientes para constituirse en un aporte real para la economía de la región. Su limitada competitividad les ha impedido crecer; factores internos de su propia operación, como su débil gestión administrativa, problemas con el mercado, producción y financiamiento, así como factores del entorno, como la inseguridad y el clima político, constituyen elementos que dificultan su gestión. La presente investigación busca realizar un diagnóstico de sus áreas funcionales que posibiliten establecer estrategias de crecimiento a corto, mediano y largo plazo.

PALABRAS CLAVE: Cuenca, Micro, Pequeñas, Medianas, Empresas

COMPETITIVENESS OF MICROENTERPRISES IN CUENCA, ECUADOR

ABSTRACT

Cuenca, the third most important city in Ecuador, World heritage trust site, describes it as one of the ten best cities to live in the world. It has the highest density of production units in the country; most being small businesses. These units are microenterprises, however due to their characteristics they do not generate enough profit to become a real contributor to the regional economy. Their limited competitiveness keeps them from growing. Internal factors of its own operations such as its weak administrative management, market problems, production and financing; as well as some environmental factors like insecurity, and the political climate are factors hinder its management. This research diagnoses functional areas which will enable these firms to establish growth strategies in the short, medium and long term.

JEL: L26

KEYWORDS: Cuenca, Micro, Small, Medium, Enterprises

INTRODUCCIÓN

La micro, pequeña y mediana empresa han tenido un impacto significativo en el desarrollo económico del Ecuador, es por ello que las microfinanzas conforman un sector reconocido por instituciones nacionales y organismos internacionales.

La división de inteligencia de negocios (Economist Intelligence Unit), del Economist Group, empresa responsable de la publicación de la revista The Economist, en el estudio denominado “Microscopio global sobre el entorno de negocios para las microfinanzas 2011”(Unit Economist Intelligence, 2011), sitúa al Ecuador en el octavo puesto a nivel mundial.

Sin embargo de la ubicación que tiene el país en el ámbito de las microfinanzas y a pesar de la importante presencia de las pequeñas unidades productivas, debemos considerar que la economía ecuatoriana es altamente concentrada, lo cual se ratifica con información del último censo económico realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en donde se destaca que el 1% de establecimientos comerciales concentra el 90% de la economía y el 92% del valor agregado del país. (Diario El Telégrafo, 2011).

A pesar de la concentración de la riqueza, Ecuador es un país emprendedor por excelencia; de acuerdo con datos del último censo económico de 2010, en el país existen 500.217 unidades productivas, en su mayoría pequeños emprendimientos que dan empleo a más de dos millones de ecuatorianos y generan ingresos por cerca de 146.000 millones de dólares. (Censos, 2010)

Bajo estos parámetros, el Ecuador es uno de los países de Latinoamérica que registra una de las mayores densidades en cuanto al número de establecimientos: 381 por cada 10.000 habitantes, México lidera la clasificación con 458; detrás del número de emprendimientos ecuatorianos están Colombia con 350 y Perú con 319. (Diario El Universo, 2011)

A nivel nacional, Cuenca es la ciudad ecuatoriana que cuenta con la mayor densidad de establecimientos, índice que llega a 538 por cada 10.000 habitantes, mayor al promedio que se registra en el país (INEC, www.inec.gob.ec, 2010), en donde la influencia de las microempresas es relevante, estas cubren el 94,9% del total de las unidades productivas; es decir, los talleres que cuentan con un estrato de 1 a 9 trabajadores, contribuyen con la generación del 44,2% de las plazas de trabajo y el 23,8% de los ingresos generados en la localidad, (Tobar, 2012) por lo tanto, es importante realizar un estudio sobre su competitividad.

Con estos antecedentes, el estudio está orientado a detectar las fortalezas y debilidades de estas unidades productivas a través de una investigación de campo efectuada en la ciudad de Cuenca.

El presente trabajo se encuentra organizado en apartados. En la revisión literaria se presentan los fundamentos teóricos relevantes para la investigación; el segundo apartado, se refiere al método de investigación; en el apartado de resultados se expone el análisis de la información recabada que se presenta en tablas y; finalmente, en el último apartado se plantean las conclusiones y limitaciones del estudio

REVISIÓN DE LITERATURA

No existe una clasificación universal sobre las microempresas, sus concepciones varían de un país a otro, incluso dentro de un mismo Estado existen diferentes criterios, como el número de trabajadores, volumen de ventas, volumen de activos, entre otros. La Unión Europea clasifica como microempresa a toda unidad económica con menos de diez trabajadores, así como aquellas que tienen un nivel de ventas anuales menor a dos millones de euros. En los Estados Unidos, la entidad Micro Enterprise Works considera microempresas a aquellas con menos de cinco trabajadores. A nivel centroamericano, el criterio más utilizado en la definición de micro y pequeña empresa es el número de trabajadores; en esta región existe consenso para considerar a toda empresa con menos de diez trabajadores como microempresa.(Gutierrez, 2009). En el caso ecuatoriano, también existe cierta ambigüedad al respecto, citemos algunas fuentes.

Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010

De acuerdo con lo señalado en el Plan Nacional de Desarrollo, preparado por la Comunidad Andina de Naciones, las empresas se clasifican considerando las siguientes variables: el número de empleados

efectivos, el valor bruto de las ventas anuales y el valor de los activos totales. (Presidencia de la República, 2007), conforme se detalla a continuación.

Tabla 1: Clasificación de las Micro, Pequeñas, Medianas y Grandes Empresas por el Número de Empleados, Valor Bruto en Ventas Anuales y Valor de Sus Activos Totales

Clasificación	Micro	Pequeñas	Medianas	Grandes
Número	1 – 9	Hasta 49	50 – 199	Mayor a 200
Ventas anuales	100.000	1'000.000	1'000.001 - 5'000.000	Mayor a 5'000.000
Activos totales	Menor a 100.000	100.001 - 750.000	750.001 -4'000.000	Mayor a 4'000.000

Fuente: Proyecto de Ley PYMES y Proyecto de Estatuto Andino para las MIPYMES. Elaborado por: el autor

Superintendencia de Compañías del Ecuador: Desde enero de 2011, las nuevas regulaciones de la Superintendencia de Compañías señalan que para efectos del registro y preparación de estados financieros, se califica como PYMES a las personas jurídicas que tengan activos inferiores a cuatro millones de dólares, registren un valor bruto de ventas anuales inferior a cinco millones de dólares y tengan menos de 200 trabajadores; pero, no se establece una división clara entre micro, pequeñas y medianas empresas.(Compañías, 2010)

Reglamento del Código de la Producción

El Reglamento del Código de la Producción define como actores de la economía social y solidaria a los microempresarios, pequeños y medianos empresarios, de manera similar al Plan de Desarrollo, a excepción del valor de los activos totales, sobre los que no se hace referencia. (Productividad, 2010)

Además, en nuestro aparato productivo se identifica al sector denominado “artesanía”, que abarca a quienes se dedican, en forma individual o como asociaciones, cooperativas, gremios y uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios y que transforman la materia prima con predominio de la labor manual, con o sin auxilio de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos -excluyéndose los terrenos y edificios- el monto de 360 salarios mínimos vitales generales. (Registro Oficial N.466, 1986)

En nuestra investigación consideramos la clasificación del Plan Nacional de Desarrollo y analizaremos exclusivamente a las microempresas.

En general las microempresas, si bien cuentan con programas de apoyo del gobierno, éstos nos han sido suficientes, ya que no llegan oportunamente a todos, para citar un caso, como una herramienta para el fomento y desarrollo de las Pymes y artesanos, se ha creado el Sistema Nacional de Apoyo al Emprendimiento, EmprendEcuador, Para las Pymes que ya están en fase de crecimiento maduro, se ha creado InnovaEcuador, que es un mecanismo para que las empresas tengan la oportunidad de generar productos basados en nuevos conocimientos, para acceder a otros mercados, mejorar su productividad y mejorar su oferta exportable, así como la consecución de fondos para el desarrollo de las Mipymes, Productos que ofrece este mismo ministerio como Exportapyme el mismo que es un componente de cofinanciamiento del Programa Fondepyme. (FONDEPYME, 2010). Por otra parte los gremios de la producción inciden efectivamente en un apoyo marado al sector, que ha motivado el poco interés por agruparse por parte de los actores; a todo ello sumamos la escasa presencia de la tecnología en sus procesos el panorama se agraba, si tomamos como referencia en general en la ciudad de Cuenca el 48% de los hogares, que representan 112.144 poseen equipo de computación de uso familiar, lo que representa una cifra baja (Inec, Encuesta ENEMDU, 2011). Por otra parte, el 59% del quintil más rico del Ecuador usan computadora, mientras que en el quintil más pobre se reduce al 20%. (Lasso, 2012, pág. 93).

METODOLOGÍA

Para efectos de esta investigación, se aplicó una encuesta con 44 preguntas cerradas (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010), durante julio de 2011, en la ciudad de Cuenca. El instrumento fue aplicado a 342 microempresarios, con un nivel de confianza del 95%, con un error estimado del 5%, la muestra fue estratificada y clasificada por sectores y/o actividades. La información fue introducida en una base de datos, para posteriormente ser trabajada en el programa estadístico SPSS 19.

Tabla 2: Distribución del Tamaño de la Muestra del Sector de las Microempresas

Sector/actividad	Universo	%	Muestra
Servicios	646	21%	72
Prendas de vestir	615	20%	68
Alimenticio	523	17%	58
Madera	307	10%	34
Metalmecánico	277	9%	31
Minerales no metálicos	185	6%	20
Joyería	183	6%	20
Substancias químicas	93	3%	10
Edición e impresión	91	3%	10
Otras no especificadas	162	5%	18
Total	3083	100%	342

Se realizó el cálculo de la muestra en función del número de microempresarios registrados en el antiguo Ministerio de Industrias (el actual MIPRO, de quienes solicitaron su calificación artesanal, a quienes se les pudo identificar en sus respectivos talleres.

Fuente: Ministerio de Industrias. Elaborado por: el autor

Los resultados de la aplicación de la encuesta se clasificaron en cinco partes, cuatro de las cuales corresponden a las áreas funcionales de las organizaciones: administración, finanzas, mercado y producción, y uno referido al análisis del entorno en el que se desenvuelven las microempresas.

Tabla 3. Descripción de las Variables Utilizadas y su Descripción

Ámbito	Variable	Descripción
ADMINISTRACIÓN	Permanencia en el mercado	Mide el tiempo en años de permanencia del negocio en el mercado
	Carácter de su organización	Estable la estructura de la organización si es jurídica o es informal
	Tipo de local	Buscamos conocer si el local en donde se producen sus bienes y/o servicios de propio o arrendado
	Equipos de computación	Buscamos conocer si cuenta con apoyo de equipos de computación en el desarrollo de su actividad
	Estructura organizacional	Establecer si la unidad productiva tiene definido un organigrama
	Capacitación	Conocer si el personal ha recibido capacitación
	Motivación a la capacitación	Conocer si están dispuestos a iniciar proceso de capacitación; si están de acuerdo si las universidades del medio puedan apoyarles y en qué áreas
FINANZAS	Registros contables	Establecer si llevan registros contables como apoyo a su gestión financiera
	Posee cuentas bancarias	Conocer si cuenta con el apoyo de herramientas financieras que les posibilite el ahorro y el manejo de sus recursos
	Rentabilidad de su negocio	Medir el grado de conocimiento financiero y de costos del negocio
	Acceso al financiamiento	Conocer si los sectores analizados han sido sujetos de crédito
	Fuentes de financiamiento	Establecer cuáles han sido las fuentes de financiamiento, formales privados y públicos así como el financiamiento informal, así como los motivos por los que no fueron beneficiarios
	Tasas de interés	Conocer las condiciones de financiamiento a las que han recibido los créditos

	Impuestos	Conocer cuáles son los principales problemas por los que atraviesan los sectores analizados	
MERCADO	Tiene web site	Conoce si el negocio tiene una página web	
	Investigaciones de mercado	Establecer si la unidad productiva tiene realiza estudios de mercado que le posibilites ser más competitivo	
	Calidad y precios	Conocer si la unidad productiva conoce la calidad y precios de la competencia	
	Tipo de consumidores	Define el tipo de consumidores de su negocio	
	Mercado internacional	Conocer si ha exportado en alguna ocasión y los motivos por los cuáles no lo ha hecho	
	Dispone de internet	Conocer si se apoya en las tecnologías	
	Ampliación de su negocio	Conocer las perspectivas a futuro de su negocio y cómo lo financiará	
PRODUCCIÓN	Volumen de producción	Conocer el comportamiento de su producción en el último año	
	Costos de producción	Establecer tanto los efectos de la inflación y especulación en su negocio, como su eficiencia en su proceso productivo en la optimización de sus insumos	
	Procedencia materias de la materia prima	Conocer el origen de sus insumos y su incidencia en el proceso productivo	
	Acceso a materias primas	Conocer si tiene dificultades en conseguir materias primas de calidad	
	Sistemas de control de calidad	Buscamos conocer si la unidad productiva tiene implementado sistemas de control de calidad o si los desconoce	
	Sistemas de seguridad y salud	Buscamos conocer si la unidad productiva tiene implementado sistemas de seguridad y salud o si los desconoce	
	Tecnología, equipos	Conocer el tipo de tecnología que utilizan	
	Estado de sus equipos	Conocer el estado de los equipos que intervienen en su proceso productivo	
	ENTORNO	Acceso a servicios básicos	Conocer como aprecian el acceso a los servicios básico, agua luz, teléfono, internet, infraestructura
		Afiliación a gremios	Conocer si los negocios se encuentran afiliados a los gremios de la localidad y que tipo de apoyo ha recibido de aquellos
Apoyo de organismos		Conocer si han recibo apoyo de organismos públicos o privados del país y la región.	
Desempeño del país		Establecer la percepción sobre el desempeño económico del país	
Seguridad jurídica		Establecer la percepción sobre las seguridad jurídica del país	
Clima político		Establecer la percepción sobre el desempeño económico del país	
Seguridad pública		Cuáles son los principales problemas por los que atraviesan los sectores analizados	

Los reactivos empleados se clasificaron de esta manera para el análisis de las ponderaciones en base a las respuestas obtenidas.

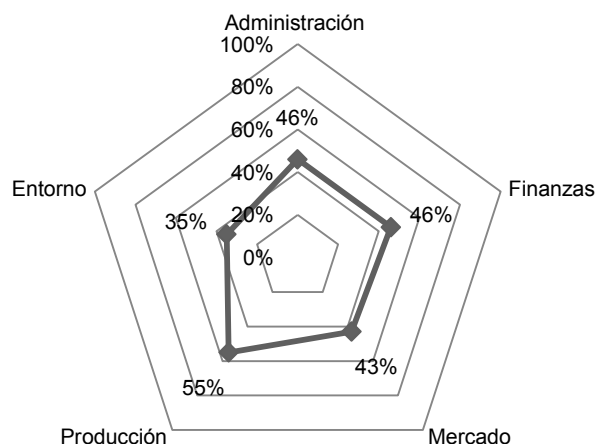
Para cada ámbito se estableció un porcentaje similar de reactivos, respuestas a las que se establecieron ponderaciones en función del resultado de cada una de ellas, de 1 a 5 (1 la posición más crítica y 5 la posición ideal). Una vez que a cada respuesta se asignó la ponderación, se sumaron los puntajes obtenidos y se dividió para la posición ideal obteniendo el resultado porcentual para cada ámbito y del desempeño general del sector.

Considerando que el 95% de la población encuestada estuvo conformado por los propietarios de los talleres, se aseguró la confiabilidad de la información recogida y consecuentemente los resultados obtenidos.

RESULTADOS

En general, el resultado global del análisis de la gestión de las microempresas no es el adecuado; una vez ponderados los resultados, llega al 45% de la situación establecida como ideal, con diferente desempeño en cada ámbito que lo detallamos en la Figura 1.

Figura 1: Posición Competitiva de las Microempresas



En el gráfico se resume la posición competitiva de las microempresas en la ciudad de Cuenca en los cuatro ámbitos correspondientes a sus áreas funcionales y al entorno en el que se desenvuelven. Fuente: Encuestas. Elaborado por: el autor

Ámbito Administrativo

De los indicadores más relevantes en el ámbito administrativo, podemos rescatar que la permanencia en el mercado de las microempresas es de un promedio de 16 años, siendo la más antigua la fundada en 1926; el mayor porcentaje, el 44% de ellas, se introdujo en el mercado en la última década; sin embargo, a pesar de su relativa estabilidad, apenas el 28% cuenta con un local propio; un 23% de los encuestados tiene una estructura organizativa definida en sus negocios, ellos no disponen de equipos informáticos que les permitan un mejor control de sus actividades; el 76% no dispone ni siquiera de un computador; la informalidad de sus negocios alcanza el 93%, lo que les impide acceder a beneficios o programas gubernamentales y de organismos gremiales, ya que apenas un 12% pertenece a cámaras artesanales u otras asociaciones; tan solo el 40% de los microempresarios ha recibido capacitación; sin embargo, una de sus fortalezas radica en su predisposición al cambio, un 75% está dispuesto a recibir capacitación y considera que las universidades locales serían una buena opción para ello. Como resultado tenemos que el desempeño administrativo de las microempresas llega a un 46%.

Ámbito Financiero

En el análisis de los factores internos del ámbito financiero, buscamos conocer con qué grado de eficiencia manejan sus recursos, en este sentido se pudo establecer que si bien un 85% de los encuestados tiene una cuenta bancaria (ahorros), en su mayoría, el 54%, no tiene registros contables, lo que ha ocasionado que el 76% de los encuestados afirme desconocer la rentabilidad real de sus bienes y/o servicios ofrecidos. Por otra parte, si bien el 52% ha tenido acceso al crédito, este no ha sido obtenido en condiciones favorables, se refleja un apoyo de las cooperativas que los han calificado como sujetos de crédito al 64% de los beneficiarios; un 19% accedió a los bancos privados; un preocupante 11% recurrió a los agiotistas, con tasas de interés fuera de la ley y los consecuentes riesgos que ello significa; y apenas el 6% recurrió a la banca pública.

Sobre este mismo tema, al consultarles sobre la tasa de interés con la que recibieron sus créditos, el 8% lo recibió a tasas entre 8 y 14 puntos, mientras que el 30%, a tasas que llegaron al 28%; sin embargo, la mayoría, un 62%, manifestó desconocer la tasa con la que fue concedida su operación crediticia. Como resultado tenemos que el desempeño financiero de las microempresas llega a un 46%.

Ámbito de Mercado

El mercado se constituye en el sector de menor desempeño de las áreas funcionales de las microempresas con un 43%; entre los indicadores más relevantes se destacan la baja utilización de las tecnologías para promocionarse, apenas el 1,1% de los encuestados tiene página web (4 microempresarios dedicados a la joyería y una sala de belleza); el 24% dispone de internet, quienes no lo tienen respondieron mayoritariamente porque no lo necesitan. Al ser consultados respecto de la cartera de sus consumidores, esta es mayoritariamente local, con un 88%; el 9% nacional y tan solo el 3% destinado a la exportación. En la pregunta que indaga el por qué no exportan, el 70% señala que por desconocimiento, seguidos de capacidad insuficiente y precios no competitivos en porcentajes menores; el 22% de los encuestados manifiesta realizar estudios de mercado; a pesar de lo señalado, el 45% tiene planificado ampliar su negocio.

Ámbito de la Producción

El ámbito de la producción se constituye en uno de los mejores puntuados con un 55%; comentemos los resultados por los indicadores más críticos; apenas un 27% de las microempresas cuenta con sistemas de control de calidad, su gran mayoría, no los posee y, más aún, desconocía de qué se trataba. En cuanto a la implementación de sistemas de salud y seguridad ocupacional (que exige el código ecuatoriano), la respuesta también fue baja, tan solo el 34% conocía algo sobre el tema. Su área productiva es particular, por la mayor influencia de la mano de obra sobre la maquinaria, en donde el 65% realiza labores intensivas en mano de obra y en su mayoría considera que los equipos auxiliares para llevar adelante su labor se encuentran en buen estado; sin embargo, los costos representan un problema, no solo por su incremento, sino fundamentalmente por no haber innovado sus procesos productivos que les impide ser más eficientes, de ahí que su volumen de producción disminuyó en un 51% en el último año. Por otra parte, no tienen mayores problemas en el abastecimiento de materias primas, ya que en su mayoría son de origen nacional (un 79%) y además tienen las facilidades para llegar a sus proveedores.

El Entorno

En general, el entorno en el que se desenvuelven estas unidades productivas no es el adecuado, si comparamos con los ámbitos anteriores, llega al 35% de lo establecido como entorno ideal; en cuanto al acceso a los servicios básicos, apenas el 5% lo califica como excelente y el 45% como bueno, el resto de microempresarios no son servidos adecuadamente por los gobiernos locales; un 76% de los encuestados señaló que no ha recibido ningún apoyo de organismos públicos ni privados.

Al ser consultados sobre el desempeño general del país, se encuentran de cierta forma satisfechos en un 65%; su preocupación va orientada sobre todo a problemas con la seguridad interna, que afecta a sus talleres y que lo evidenciaron como uno de los problemas que más incide en sus negocios, esto consideran que va de la mano de clima político, que lo calificaron entre regular y malo en un 75%.

En general, estos han sido los hallazgos más importantes.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos dan muestra de la posición desfavorable de las microempresas ubicadas en la ciudad de Cuenca, lo cual determina que no sean competitivas y que a corto plazo no puedan tener un crecimiento y desarrollo adecuados si no se implementan acciones inmediatas, tanto en su manejo interno, cuanto en la influencia negativa que reciben de su entorno.

Son evidentes los problemas en los ámbitos administrativos, financieros, de mercado y producción, motivados por aspectos internos de la organización. Su inadecuada dirección y la falta de capacitación

limitan la innovación, lo que ha posibilitado que su portafolio de productos no se renueve y sigan ofreciendo artículos similares, con precios incrementados.

El manejo financiero informal y la falta de utilización de las tecnologías para su gestión, impiden que los microempresarios tengan un conocimiento real de su situación en cuanto a costos y márgenes de rentabilidad, lo cual ha provocado que su acción, en una gran mayoría, les sirva únicamente para cubrir sus necesidades básicas y no les permita expandirse.

Mientras más vulnerable es la organización, su acceso al crédito no solo que se limita, sino que se produce en condiciones más desfavorables; las tasas de interés para el microcrédito, en general, son elevadas; la usura, a pesar de ser ilegal, está presente en la economía local.

Los microempresarios no están preparados para hacer frente al mercado internacional a través de la exportación de sus productos, debido al desconocimiento de procesos, insuficiente capacidad instalada, falta de promoción, lo cual precisamente hace falta al país, por estar inmerso en una economía dolarizada que requiere del ingreso de divisas, para no depender exclusivamente del petróleo en el sostenimiento del modelo. El entorno no colabora adecuadamente en el desarrollo de estos sectores productivos, ya que el ambiente político y, sobre todo, la inseguridad les afectan ostensiblemente.

En general, consideramos que para que este sector tenga un mayor impacto en la economía, mediante la utilización sistemas de planificación, se debe implementar, por parte del Estado, políticas tanto internas cuanto externas, que posibiliten el acceso a recursos financieros, con tasas competitivas, dentro de un ambiente político y social que promueva la confianza en todos los actores productivos. En su mayoría no son innovadoras ni generadoras de valor agregado ya que se han dedicado en mayor medida al área comercial.

Es estudio es la primera y más actualizada investigación que se realiza a este sector utilizando la metodología señalada que nos posibilita conocer cuáles son sus fortalezas y las debilidades y cómo influye el entorno en su desarrollo; con toda la información recogida y procesada se pueden llevar adelante estudios adicionales sobre cada una de las diez actividades más relevantes que llevan adelante los microempresarios y conocer cuál de estas es la que como ciudad se debe potenciar con el fin de generar más empleo y generar mayor valor agregado; similar investigación se ha está realizando con las pequeñas y medianas empresas lo que permitirá establecer comparaciones entre estos dos sectores y poder sugerir políticas públicas que posibiliten una mejor atención a estas unidades productivas.

BIBLIOGRAFÍA

Censos, I. N. (Julio de 2010). Censo Económico. Recuperado el 1 de Junio de 2012, de www.inec.gob.ec

Compañías, S. d. (Diciembre de 2010). RESOLUCION No. SC.Q.ICI.CPAIFRS.11.01. Recuperado el 14 de Mayo de 2012, de www.aguirreyasociados.ec/.../res_sc.q.ici.cpaifrs.11.01.pdf

Diario El Telégrafo. (14 de Julio de 2011). Ley Antimonopolios no prohíbe la concentración económica sino que la regula. Recuperado el 22 de Diciembre de 2011, de www.telegrafo.com.ec/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=9804&Itemid=2

Diario El Universo. (10 de Junio de 2011). Ecuador segundo en el ranking de locales por habitantes. Economía, pág. 14.

FONDEPYME. (2010). Ministerio de Industrias. Recuperado el 16 de Septiembre de 2011, de www.producepyme.gob.ec/portal/index.php?module=Pagesetter&func=viewpub&tid=1&pid=14

Gutierrez, M. (Julio de 2009). Las Microfinanzas. El sistema financiero en Guatemala. Recuperado el 5 de Junio de 2012, de www.eclac.cl/publicaciones/xml/3/36803/lcl3068p.pdf

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la Investigación. México: Mac Graw Hill.

INEC. (Junio de 2010). www.inec.gob.ec. Recuperado el 23 de Junio de 2011, de http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=49&lang=es

Inec. (diciembre de 2011). Encuesta ENEMDU. Recuperado el 17 de Mayo de 2012, de www.inec.gob.ec

Lasso, G. (2012). Otro Ecuador es posible. Quito: Planeta.

Presidencia de la República. (2007). Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010. Micro pequeña y mediana empresa. Recuperado el 6 de Junio de 2012, de plan.senplades.gob.ec/c/document_library/get_file?uuid...

Productividad, M. d. (29 de diciembre de 2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Recuperado el 5 de Junio de 2012, de http://www.mipro.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1080&Itemid=157
Registro Oficial N.466. (29 de Mayo de 1986). Ley de Fomento Artesanal. Recuperado el 1 de Junio de 2012

Tobar, L. B. (2012). El Potencial emprendedor de Cuenca. Desafíos de la gerencia en entornos competitivos.

Unit Economist Intelligence. (14 de Noviembre de 2011). Microscopio global sobre el entorno de los negocios para las microfinanzas 2011. Recuperado el 27 de Enero de 2012, de www.microfinanzas.org/centro-de-informacion/documentos/microscopio-global-sobre-el-entorno-de-negocios-para-las-microfinanzas-2011/

BIOGRAFÍA

Luis Tobar Pesántez, Economista de profesión, Magister en Economía y estudiante de doctorado en la Universidad de León España. Ha laborado 11 años en el Banco Nacional de Fomento. Actualmente desempeña las funciones de Vicerrector de la Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador sede Cuenca, en calidad de docente titular. Correo electrónico ltobar@ups.edu.ec ; p_bayardo@yahoo.com; www.ups.edu.ec

LAS INSTITUCIONES MICROFINANCIERAS EN LA INCLUSIÓN DE LAS REGIONES DE OAXACA

Rosa María Velázquez-Sánchez, Universidad Autónoma Benito Juárez, Oaxaca

Omar Raúl Solana Vásquez, Universidad Autónoma Benito Juárez, Oaxaca

Arcely Galán López, Universidad Autónoma Benito Juárez, Oaxaca

RESUMEN

El Estado mexicano de Oaxaca es conocido por sus atractivos turísticos, su mosaico cultural y geográfico, en contraste, son evidentes la pobreza y la marginación. En Oaxaca se localizan 570 municipios de los 2445 que integran la república mexicana y se distribuyen en siete regiones. La inclusión financiera es considerado un indicador de desarrollo económico, sin embargo, de acuerdo al reporte de la (CNBV, 20120), Oaxaca destaca por su bajo índice de inclusión financiera. Aunado a lo anterior y a pesar de la aprobación de las Leyes de Ahorro y Crédito Popular (2001) y que Regula las Cooperativas de Ahorro y Crédito (2009), no existía información y control de las IMF (cajas y organismos de ahorro y crédito popular), no se contaba con información de los servicios que proporcionaban y no se conocía la forma en que participaban en la inclusión financiera. Se analizó la forma en que participan como indicadores de inclusión financiera en siete regiones del estado de Oaxaca. Se aplicó una entrevista semi-estructurada a 322 administradores. Los datos obtenidos permitieron conocer la forma en que los servicios que prestan las IMF participan como indicadores de inclusión financiera regional. Se probó que en siete regiones, las IMF's contribuyen con sus servicios a los indicadores de inclusión financiera.

PALABRAS CLAVES: Microfinanzas, Instituciones Microfinancieras, Inclusión Financiera

MICROFINANCE INSTITUTIONS IN THE INCLUSION OF THE REGIONS OF OAXACA

ABSTRACT

While Oaxaca is well known for its tourist attractions, its cultural and its geographical diversity; its poverty and marginalization are a contrasting shade. Oaxaca accounts for 570 municipalities, of the 2,445 total existing in the Mexican Republic. The municipalities are divided into seven regions across Oaxaca. Financial inclusion is considered an indicator of economic development. However, according to (NBSC, 2010) Oaxaca stands out for its low rate of financial inclusion. Despite the adoption of Laws of People Savings and Credit (2001) that regulates the Savings and Credit Unions (2009), no information and control over MFIs (banks and savings and credit unions) exists. Little was known about the services they provided and no information exists about how they created financial inclusion. The MFI were properly allocated and its contribution to indicators of financial inclusion was analyzed. A semi-structured interview of 322 managers was applied. The data obtained allowed us to make a first characterization, an institutional mapping and an analysis of the services they offer. It was tested in seven regions of Oaxaca. MFIs services contribute to financial inclusion indicators.

JEL: G20, G21, G28, G29, H30

KEYWORDS: Microfinance, Financial Inclusion, Regions

INTRODUCCIÓN

El problema de exclusión financiera en regiones como las del estado mexicano de Oaxaca, como se puede observar en el reporte de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV, Reporte de Inclusión Financiera, 2010), con solo el 6% de sus 570 municipios con una sucursal bancaria, impacta en los indicadores de desarrollo. La falta de servicios bancarios en la mayoría de municipios y el costo y el riesgo por trasladarse a donde se encuentran como mencionan (Velázquez-Sánchez & Ramos Soto, 2013), ha ocasionado el crecimiento en número de instituciones que prestan servicios microfinancieros en las comunidades. Las instituciones microfinancieras (IMFs), proporcionan servicios llamados microfinancieros a través de diversas figuras jurídicas: Sociedad Financiera de Objeto Múltiple (SOFOM), Sociedad Financiera de Objeto Limitado (SOFOL), Sociedad Financiera Popular (SOFIPO), Sociedad Financiera Comunitaria (SOFINCO) y Sociedad Cooperativa de Ahorro y Préstamo (SOCAP). Sin embargo, como mencionan (Cornejo & Galicia, 2011), en México la mayoría de IMFs no se encuentran registradas ante la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

Al revisar la literatura disponible el Consejo Nacional de Inclusión Financiera (2012), emplea como categorías de inclusión financiera: Uso de cuentas bancarias, ahorro, pagos y seguros realizados por adultos en instituciones formales. En estudios sobre microfinanzas Cornejo & Galicia (2011) analizaron el sector de microempresarios en la ciudad de México, el grupo Consultores (2011) revisaron la situación de las microfinanzas en México, Bastiaensen & Marchenti (2010) estudiaron las microfinanzas rurales y Raiffeisen (2010), realizó un estudio de caso.

Los estudios realizados en México y en países latinoamericanos por Serrano, 2009, Bukstein, 2004 y Bastiaensen & Marchenti (2010), no analizaron los servicios que prestan las IMFs, la cobertura y la participación en la inclusión financiera a nivel regional. El objetivo general de esta investigación fue analizar la contribución de los servicios que prestan las IMFs en la inclusión financiera de las regiones del Estado de Oaxaca. Los resultados de esta investigación contribuyen al cuerpo de la literatura con nuevos datos sobre las instituciones microfinancieras, los servicios microfinancieros, indicadores que contribuyen en la inclusión financiera y la importancia de los servicios microfinancieros para la inclusión financiera y el desarrollo de las regiones marginadas.

Esta investigación se presenta organizada como sigue: en la sección de revisión de la literatura, se plantean los fundamentos para el análisis de los indicadores de inclusión financiera en los servicios de las instituciones microfinancieras. En el apartado de metodología se incluyen: Tipo de estudio, operacionalización de las variables, procedimiento empleado para diseñar el instrumento para recolectar los datos, la estrategia empleada para aplicar la encuesta. el tipo de análisis empleado para definir la participación de los servicios microfinancieros en la inclusión financiera.

Los resultados se presentan con el apoyo de tablas sobre las características de la población encuestada, los servicios microfinancieros, las instituciones microfinancieras, la cobertura de los servicios y la inclusión financiera. En las conclusiones y limitaciones se puede observar la relación de los resultados con el objetivo y con las investigaciones previas para resaltar la aportación de este estudio al cuerpo de la literatura existente sobre microfinanzas e inclusión financiera.

REVISIÓN DE LITERATURA

Mientras en México existen solo 7.6 sucursales financieras por cada cien mil habitantes (CNBV., 2011), en otros países como España son 95.9. Como menciona la misma CNBV de México “*la consecuencia directa de la inclusión financiera se observa en los niveles de ahorro y crédito de las familias*”, al respecto los datos del Centro para la inclusión financiera (2009) indican que el 37% de los hogares mexicanos registran algún tipo de ahorro y el 26% manejaban un crédito.

En la literatura consultada y la cual coincide con la el reporte de inclusión financiera de la CNBV (2010), la inclusión financiera se define como el conjunto de productos y servicios financieros al que tiene acceso la población adulta de una región. Los productos y servicios financieros incluyen crédito, ahorro, seguros, sistema de pagos y pensiones, además, educación financiera y protección al consumidor (Consejo Nacional de Inclusión Financiera, 2012).

Para medir la inclusión financiera mexicana la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, ha establecido las categorías de crédito, ahorro, seguros y pagos. Dichas categorías se componen de indicadores. Para medir la cobertura de servicios financieros consideran como indicador la disposición, de por lo menos, un servicio financiero por cada diez mil habitantes adultos (Consejo Nacional de Inclusión Financiera, 2012). En los resultados del reporte de inclusión financiera por estados en México, se puede observar que Oaxaca con de 2.4 millones de habitantes adultos (INEGI, 2011), destaca por ser el Estado con el menor índice de servicios financieros (Consejo Nacional de Inclusión Financiera, 2012). De acuerdo a la CNBV (2011), la mayoría de los municipios del estado de Oaxaca se encuentran con exclusión financiera porque no cuentan al menos con un servicio financiero, proporcionado por las instituciones bancarias o subsidiarias registradas.

En muchas de las poblaciones oaxaqueñas excluidas de los servicios financieros, son las instituciones microfinancieras (IMFs), las que proporcionan el servicio. Hablar de IMFs se refiere a las microfinanzas, de acuerdo a Hernández-Romero (2006), las microfinanzas son un tipo de financiamiento a pequeña escala, con la característica de que es para familias pobres. Las microfinanzas se tratan de un instrumento diseñado para otorgar, a las familias más pobres, pequeños préstamos (microcrédito), para apoyarlos económicamente para realizar actividades productivas (negocios-autoempleo). Otros autores consideran que las microfinancieras deben prestar otros servicios como el ahorro (Otero P. , 2004), seguros y transferencia de remesas (Gentil, 1997), ser consideradas como un mecanismo de desarrollo económico regional con la meta de combatir la pobreza (Valdez, 2004). Las microfinanzas no debe considerarse como finanzas pequeñas, sino otro tipo de proyecto, son finanzas que no pueden ser sometidas a las reglas estandarizadas del sistema bancario (Otero P. , 2004).

En México existen la ley de ahorro y crédito popular (CNBV, Ley de ahorro y crédito popular, 2009) y la ley que regula las cooperativas de ahorro y crédito (CNBV, Ley que regula las cooperativas de ahorro y crédito, 2009), las cuales someten las actividades microfinancieras a los estándares financieros de la banca. Se observa como las leyes mexicanas establecen mecanismos de regulación y no consideran las características y las condiciones en las que operan las IMFs en las regiones marginadas. Las IMFs adoptan diferentes figuras jurídicas para operar.

De acuerdo a Esquivel (2009), en el sector microfinanciero a nivel nacional, se observó un crecimiento exponencial de la figura jurídica de la Sociedad Financiera de Objeto Múltiple (SOFOM), figura jurídica con la cual se apoyó la creación de nuevas empresas y se impulsó la transformación de organizaciones de la sociedad civil. Además de la (SOFOM), existen las figuras jurídicas de Sociedad Cooperativa de Ahorro y Préstamo (SOCAP), Sociedad Financiera Popular (SOFIPO), Sociedad Financiera de Objeto Limitado (SOFOL) y Sociedad Financiera de Objeto Limitado (SOFINCO). En la revisión de estudios recientes en el sector microfinanciero, se encuentran los realizados por Bukstein (2004) en Argentina sobre los servicios que ofrecen y la importancia que representa para los usuarios las IMFs. Al consultar a habitantes de Buenos Aires encontró que los servicios microfinancieros son la única alternativa para la población pobre. En Nicaragua Bastiaensen & Marchenti (2010), encontraron que los servicios que prestan las IMFs, contribuyen en la creación e impulso de microempresas. En Colombia Serrano (2009), comprobó que microcréditos son el producto que permite a las IMFs participar en la inclusión financiera.

En México Cornejo & Galicia (2010), probaron que la metodología empleada por la IMFs representa la única forma para acceder a créditos para microempresarios de la ciudad de México. Recientemente Velázquez-Sánchez & Ramos (2013), encontraron que las IMFs prestan servicios no regulados en las regiones oaxaqueñas. Como se observa en la literatura revisada no existen estudios que expliquen los servicios que prestan las IMFs y la inclusión financiera en las regiones.

METODOLOGÍA

Para este estudio se realizó un censo en las siete regiones de Oaxaca. Durante once meses de septiembre de 2011 a agosto de 2012. Se localizaron 322 instituciones microfinancieras. El universo de 322 IMFs se clasificó por tipo de figura jurídica en Sociedad Cooperativa de Ahorro y Préstamo (SOCAP), Sociedad Financiera de Objeto Múltiple (SOFOM), Sociedad Financiera Popular (SOFIPO), Sociedad Financiera Comunitaria (SOFINCO) y Sociedad Financiera de Objeto Limitado (SOFOL) y todas se incluyeron en el análisis.

Tabla 1: Población de Instituciones Microfinancieras Incluidas en el Estudio

TIPO DE INSTITUCION	NUMERO	PORCENTAJE
SOCAP	249	77.33%
SOFOM	48	14.91%
SOFIPO	12	3.73%
SOFINCO	7	2.17%
SOFOL	6	1.86%
Total	322	100 %

En esta tabla se describe la población de instituciones microfinancieras localizadas durante el censo realizado en las siete regiones del estado de Oaxaca. Se encuentran de acuerdo al tipo de figura jurídica con la que operan y el porcentaje que representaron en la población. La clasificación de figura jurídica es la que establece la Comisión Nacional Bancaria y de Valores de México. Y se puede observar que el mayor porcentaje esta representado por Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo SOCAP con el 77.33%. Fuente. Elaboración propia.

Para la colecta de los datos se empleo una entrevista semiestructurada. La entrevista se diseño para medir los servicios prestados por la IMFs y la cobertura de servicio (inclusión financiera en la región). Se incluyeron indicadores de las variables *servicios microfinancieros* e *inclusión financiera* como se observa en la tabla 2 se consideraron las mismas categorías, pero con diferentes indicadores. También se incluyeron datos para identificar el tipo de figura jurídica, el tipo de organización y las características de los administradores.

Tabla 2: Operacionalización de las Variables Servicios Microfinancieras e Inclusión Financiera

VARIABLES	CATEGORIA	INDICADORES
INDEPENDIENTE	Tipo de servicio	
Servicios microfinancieros	Ahorro	Tipo de ahorro
	Crédito	Tipo de crédito
	Pagos	Tipo de pago
	Seguros	Tipo de seguro
DEPENDIENTE	Cobertura	
Inclusión financiera	Ahorro	Número de adultos con cuenta de ahorro
	Crédito	Número de adultos con un crédito
	Pago	Número de adultos que emplearon el servicio para enviar o recibir dinero
	Seguros	Número de adultos que compraron un micro-seguro

En esta tabla se puede observar la operacionalización de las dos variables incluidas en el estudio. Instituciones microfinancieras es una variable numérica que se definió por los tipos de servicios que ofrece la institución. Se clasificaron en servicios autorizados y no autorizados. Se midió por el número de servicios prestados. La variable inclusión financiera se definió por la cobertura de servicios que proporcionan las IMFs en su área de influencia por el alcance en usuarios adultos atendidos. Para las dos variables se emplearon las mismas categorías pero con diferentes indicadores. Fuente. Elaboración propia.

La entrevista se realizó a 322 gerentes o administradores de la institución microfinanciera. Se entrevistaron en el lugar que atienden en la IMFs y en la hora que definieron previa cita. La encuesta por región fue en Valles Centrales 120, Istmo 28, Costa 42, Cañada 24, Tuxtepec 31, Mixteca 65 y Sierra 12 entrevistas respectivamente. En la siguiente tabla se muestran los datos generales de sujetos entrevistados.

Tabla 3: Descripción de los Sujetos Incluidos en la Encuesta por Región

REGION	NUMERO	HOMBRE	MUJER	EDAD	ESCOLARIDAD	RESIDENCIA
Cañada	24	18	6	23-45	pasante	70%
Costa	42	23	19	28-35	licenciatura	80%
Istmo	28	15	13	25-40	licenciatura	90%
Mixteca	65	46	19	35-50	bachillerato	80%
Tuxtepec	31	25	6	28-60	pasante	50%
Sierra	12	8	4	40-60	pasante	50%
Valles Centrales	120	68	52	25-50	licenciatura	20%
Total	322	203	119			

En esta tabla se muestra el resumen de los datos de los sujetos entrevistados en las instituciones microfinancieras localizadas. Los datos fueron proporcionados con base a preguntas incluidas en una sección de la entrevista. Durante la encuesta realizada en el estado de Oaxaca se visitaron siete de las regiones. Como se observa fue mayor el número de hombres 203 de 322. El rango fue diferente en cada región destaca la región de la sierra con más edad. En escolaridad en la Mixteca se observo menor preparación y en el istmo el mayor porcentaje de los gerentes son residentes de la comunidad. Fuente. Elaboración propia

Para este estudio de tipo descriptivo se construyó una tabla con los datos de las entrevistas para clasificar el tipo de figura jurídica de la institución. Se identificaron y clasificaron los servicios y tipo de servicios prestados por la IMFs. Se analizaron los datos del número de usuarios atendidos por tipo de servicio. Con los datos obtenidos se estimó la cobertura de los servicios microfinancieros por región, tipo de figura jurídica de la IMF y tipo de servicio, para establecer la participación de los servicios que prestan las IMFs en la inclusión financiera de las regiones de Oaxaca.

RESULTADOS

En los resultados del análisis se puede observar que las instituciones microfinancieras encuestadas ofrecen diferentes paquetes de servicios a la población. Entre los paquetes de servicios identificados se encuentran servicios autorizados y no autorizados por la (CNBV, Ley que regula las cooperativas de ahorro y crédito, 2009). En la tabla 5 se puede observar, por tipo de figura jurídica, la categoría del servicio y el tipo de servicio que prestan a la población.

Como se puede observar en la Tabla 1: las instituciones microfinancieras con la figura jurídica de Sociedad Cooperativa de Ahorro y Préstamo (SOCAP), representaron el un 77.33% de la población localizada en las siete regiones del Estado. Los resultados indican que la SOCAP es la figura más representativa en la población de IMFs encuestada. De acuerdo Bastiaensen y Marchenti (2010), las SOCAP se caracterizan por ser la figura jurídica más viable para la regulación por la CNBV. Sin embargo, de las 249 localizadas en las regiones oaxaqueñas solo tres se encuentran regularizadas y el resto opera sin regulación. Las SOCAP prestan en su menú de servicios las cuatro categorías (crédito, ahorro, pagos y seguros) y como ya se mencionó son las instituciones microfinancieras con mayor presencia en todas las regiones de Oaxaca. La cobertura de sus servicios llega a un gran número de las poblaciones alejadas de los servicios financieros y a pobladores con escasos recursos, principalmente mujeres y personas de la tercera edad.

Tabla 5: Servicios Que Prestan las Instituciones Microfinancieras Por Tipo de Figura Jurídica

TIPO DE INSTITUCIÓN	CATEGORIA/TIPO			
	AHORRO	CRÉDITO	PAGOS	SEGUROS
SOCAP (Sociedad Cooperativa de Ahorro y Préstamo)	Socios Individual Tanda	Socios Individual Solidario Grupo-comité Comunal	Remesas Servicios	Crédito Individual
SOFOM (Sociedad Financiera de Objeto Múltiple)	Individual	Individual Solidario Grupo Hipotecario	Remesas Servicios	Crédito Campo
SOFIPO (Sociedad Financiera Popular)	Socios Individual Tanda	Socios Individual Solidario	Remesas Servicios Gobierno	Crédito
SOFINCO (Sociedad Financiera Comunitaria)	Socios Individual Grupos	Socios Individual Comunitario	Remesas Servicios Gobierno	Crédito Individual
SOFOL (Sociedad Financiera de Objeto Limitado)	Socios Individual	Socios Individual	Servicios	

Cuatro de las cinco figuras jurídicas incluyen las cuatro categorías de servicios ahorro, crédito, pagos y seguros. Las IMFs con figura de Sociedad Cooperativa de Ahorro y Préstamo, son las que más número de servicios ofrecen. Sin embargo de acuerdo a la (CNBV, Ley de Ahorro y Crédito Popular, 2009), no todos los servicios están autorizados por ejemplo para la SOFOM no esta autorizado captar ahorro. Fuente elaboración propia.

En la tabla 6 se presentan los resultados del análisis de la cobertura de las instituciones microfinancieras en las regiones oaxaqueñas.

Tabla 6: Cobertura de los Servicios Prestados Por la Instituciones Microfinancieras (Inclusión Financiera Por Región)

REGION/TIPO DE IMF	CANADA	COSTA	ISTMO	MIXTECA	TUXTEPEC	SIERRA	VALLES CENTRALES	TOTAL IMF
SOCAP	23726	18897	86044	52014	28003	3420	104308	316412
Ahorro	8463	7523	31957	19879	13201	1430	38893	121346
Crédito	10324	6861	32679	21896	12840	1579	43323	129502
Pagos	3839	3468	8945	8639	1465	329	19427	46112
Seguros	1100	1045	12463	1600	497	82	2665	19452
SOFOM	12500		39000	12421	13520		20854	98295
Ahorro	3750		16450	4996	5128		10218	40542
Crédito	5625		17550	5589	6489		8524	43777
Pagos	1803		3127	937	1200		1823	8890
Seguros	1322		1873	899	703		289	5086
SOFIPO	6439	1289	10963	8524		2800	4591	34606
Ahorro	3923	623	6824	5326		1493	3429	21618
Crédito	1840	598	3853	2934		1307	1162	11694
Pagos		68						68
Seguros	676		286	264				1226
SOFINCO	800		1500	3451	823	3462		10036
Ahorro	523		821	1426	493	1997		5260
Crédito	277		679	926	330	980		3192
Pagos				493		485		978
Seguros				606				606
SOFOL	2678		4800	4789	1896		4327	18490
Ahorro	1527		2249	1032	967		1976	7751
Crédito	824		1968	2923	929		1898	8542
Pagos	327		583	834			453	2197
TOTAL REGIÓN	46143	20186	142307	81199	44242	9682	134080	477839

En esta tabla se muestran los resultados de la cobertura de servicio de las instituciones microfinancieras localizadas en las regiones de Oaxaca. Se observa el total de servicios que ofrecen a los habitantes adultos de cada una de las regiones. En total resultaron 477839 servicios otorgados en las cuatro categorías de servicio (ahorro, crédito, pagos y seguros). Se observa la presencia de las cuatro figuras jurídicas en las siete regiones. Las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Crédito son las que mostraron más cobertura de servicios con 316412 con respecto a la figura de SOFOL con solo 4327 servicios. A nivel de regiones se observó que en valles centrales se concentra en mayor número de servicios proporcionados por las IMFs.

Como lo muestran los resultados las instituciones microfinancieras se encuentran proporcionando servicios en las siete regiones del estado y con las categorías de servicios que emplea la CNBV (crédito, ahorro, seguros y pagos). La cobertura medida en número de adultos atendidos con por lo

menos un servicio financiero muestra la participación de los servicios microfinancieros en la inclusión financiera de las regiones oaxaqueñas. Se observa en el volumen de créditos proporcionados la población atendida para incentivar las actividades económicas en las regiones.

Los créditos son otorgados en su mayoría para actividades comerciales y a pesar de un gran número de créditos individuales, estos son para mujeres quienes lo aplican para mantener o iniciar un negocio familiar. Al comparar los resultados de esta investigación con los mostrados en los índices de inclusión financiera y la afirmación de que Oaxaca tiene el menor indicador de servicios financieros (Consejo Nacional de Inclusión Financiera, 2012), se observa una marcada diferencia, debido a que la Comisión Nacional Bancaria y de Valores no contempla los 477839 servicios microfinancieros proporcionados por IMFs, excluye los resultados porque no se encuentran reguladas. Los resultados de este estudio coinciden con Bukstein (2004), porque para la población investigada, los servicios que prestan las IMFs representan la única alternativa para contar con servicios financieros y con Serrano (2009), porque los servicios microfinancieros, al ser la única alternativa para la población excluida, contribuyen a la inclusión financiera.

El impacto de estos resultados se pueden dar en los índices de inclusión financiera del consejo nacional de inclusión financiera (Consejo Nacional de Inclusión Financiera, 2012) porque al considerar los indicadores de los servicios microfinancieros deberá reconsiderar la ubicación del Estado de Oaxaca. El análisis por región impactará en el conocimiento que se tiene de inclusión financiera y en el desarrollo económico. También impactará en la información referente a los servicios que prestan las IMFs y a la necesidad de implementar un apartado especial en la regulación establecida en las leyes que regulan las actividades de las IMFs (CNBV, Ley de ahorro y crédito popular, 2009) y en (CNBV, Ley que regula las cooperativas de ahorro y crédito, 2009).

La contribución única de esta investigación, es que se aporta al cuerpo de la literatura existente la metodología para analizar a nivel regional la inclusión financiera. Los datos permiten comprender el alcance de los servicios que prestan las instituciones microfinancieras, en las regiones mexicanas excluidas por la banca formal y proporcionan evidencia para considerar la revisión de los indicadores de inclusión financiera contemplados en las categorías de crédito, ahorro, pagos y seguros por las instituciones gubernamentales.

CONCLUSIONES

Tomando en cuenta que la Comisión Nacional Bancaria y de Valores CNVB (2011), considera inclusión financiera como el acceso de los adultos a por lo menos un servicio financiero. Los resultados de este estudio muestran que los servicios que prestan las instituciones microfinancieras proporcionan por lo menos un servicio en las siete regiones oaxaqueñas. Por lo anterior se puede concluir que los criterios para elaborar el índice de inclusión financiera deben ser revisados y en su caso modificar los elementos para definir el concepto de inclusión financiera sin excluir los servicios microfinancieros. El empleo discriminatorio para medir la cobertura de los servicios financieros, incluyendo solo a las instituciones del sector bancario y a las llamadas subsidiarias por parte de la CNBV como lo menciona el Consejo Nacional de Inclusión Financiera (2012), excluye a otro tipo de instituciones prestadoras de servicios financieros, sin embargo, como se probó en esta investigación las instituciones microfinancieras proporcionan servicios financieros a las regiones en las que no se cuenta con cajero bancario o por lo menos un servicio financiero proporcionado por la banca, por los resultados plasmados en este documento, se propone una revisión a los criterios empleados en el informe de inclusión financiera que elabora la comisión nacional bancaria y de valores (CNBV, Reporte de Inclusión Financiera, 2010).

Los resultados del análisis regional de los servicios microfinancieros permiten conocer la situación del sector, el detalle de los servicios que prestan, la forma en que operan en cada región, el comportamiento del sector por tipo de figura jurídica y las características de cada uno de los indicadores de inclusión financiera, desde la óptica de los servicios microfinancieros, pero es necesario revisar las condiciones que establecen las normas que regulan la prestación de servicios financieros en México (CNBV, Ley de Ahorro y Crédito Popular, 2009) y (CNBV, Ley que regula las cooperativas de ahorro y crédito, 2009) para que las IMFs se regularicen y se proporcione fortaleza y certeza al sector y seguridad a los usuarios. Los datos presentados en este trabajo tienen la particularidad de ser pioneros en el estudio de la inclusión financiera desde la perspectiva regional y desde la ubicación de un estado heterogéneo y multicultural en el que coinciden la pobreza y la marginación para la óptica del modelo de desarrollo, pero que desde la visión de las instituciones microfinancieras establecen metodologías particulares para los usuarios excluidos por el sistema bancario, por lo que se cumplió con el objetivo de investigación.

Limitaciones

Las limitaciones importantes son los resultados preliminares que se presentan, faltó diseñar una propuesta para incluir en los indicadores de inclusión financiera los servicios microfinancieros, generar índices de inclusión financiera para las regiones, proponer una nueva definición de cobertura de servicios financieros, pendientes para el siguiente avance de esta investigación.

BIBLIOGRAFÍA

Bastiaensen, J. & Marchenti P (2010), “*Microfinanzas rurales y cadenas de valor*”. Univesity of Antwep. Managua.

Bukstein, G (2004), “*Análisis de las entidades de microfinanzas y beneficiarios en la Argentina*”. *Revista Argentina de Sociología*, 56-73. Argentina.

CNBV. (2011), “*Informe de Inclusión financiera en México*”. Comisión Nacional Bancaria y de Valores de México.

CNBV. (2010), “*Reporte de Inclusión Financiera*”. Comisión Nacional Bancaria y de Valores de México.

CNBV. (2009), “*Perspectivas para la inclusión financiera en México*”. Centro para la inclusión financiera. Comisión Nacional Bancaria y de Valores de México.

CNBV. (2009), “*Ley de Ahorro y Crédito Popular*”. Comisión Nacional Bancaria y de Valores de México.

CNBV. (2009), “*Ley que Regula las Cooperativas de Ahorro y Crédito*”. Comisión Nacional Bancaria y de Valores de México.

Consejo Nacional de Inclusión Financiera. (2012), *Reporte de inclusión financiera 4*. Comisión Nacional Bancaria y de Valores de México.

Consultores, M (2011), “*Estudio Microfinanzas en México*”. México: Murulanda.

Cornejo, R. A. & Galicia M (2011), “*Las Instituciones Microfinancieras: ¿Satisfacen las necesidades de financiamiento de los microempresarios del Distrito Federal?*”. *Memorias del XV Congreso Internacional de Contaduría y Administración*. Universidad Autónoma de México. México.

Esquivel-Martínez, H (2009), “*La importancia de los costos en la industria de las microfinanzas.*”: Informe Pro Desarrollo. México.

Gentil, D (1997), “*Las vicisitudes del modelo Grameen Bank*”. Cuadernos Agrarios. México.

Hernández-Romero, O (2006), “*Las microfinanzas en México. Tendencias y perspectivas*”. Caixa Cataluña. México.

INEGI. (2011), *Estadísticas Básicas de Economía en el Estado de Oaxaca. Anuario enero*. Oaxaca, México.

Otero, P. (2004), *El nuevo mundo de las microfinanzas empresariales: estructuración de instituciones financieras sanas para los pobres*. Plaza y Valdez. México.

Raiffeisen, M (2010). El hombre que venció a la pobreza. *Caja popular mexicana*. Caja Popular Mexicana. México.

Serrano, R. J (2009), “*Microfinanzas e Instituciones Microfinancieras en Colombia*”. Sida. Bogota.

Valdez, P (2004), “*Las microfinanzas y la provisión de servicios financieros en México*”. *Revista de Comercio Exterior* , 598-604. México.

Velázquez-Sánchez, R.M & Ramos A (2013), “*Las instituciones microfinancieras en el desarrollo regional de Oaxaca*”. *Revista electrónica Estudios interdisciplinarios de la organización*. No. 3 (enero-junio). México. www.reio.com.mx.

RECONOCIMIENTO

Los autores agradecen el apoyo de la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca. Asimismo, agradecen los comentarios de los árbitros y editores del IBFR. Los cuales contribuyen a mejorar la calidad de la investigación.

BIOGRAFÍA

Rosa María Velázquez Sánchez es Doctora en Ciencias en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional por el Instituto Tecnológico de Oaxaca. Profesora de tiempo completo de la UABJO, adscrita a la cátedra de tesis y pensamiento crítico. Se le puede contactar en Facultad de Contaduría y Administración. Ciudad Universitaria. Oaxaca de Juárez, Oaxaca. Correo electrónico romavesa205@yahoo.com.mx

Omar Raúl Solana Vásquez es Maestro en Administración por el Instituto Tecnológico de Oaxaca. Profesor por asignatura de la UABJO, adscrito a la cátedra de mercadotecnia. Se le puede contactar en Facultad de Contaduría y Administración. Ciudad Universitaria. Oaxaca de Juárez, Oaxaca. Correo electrónico solana3123@hotmail.com

Arcely Galán López es Estudiante de la licenciatura en Administración y colabora en el equipo de investigación SIIMFO de la Facultad de Contaduría y Administración de la UABJO. Se le puede contactar en Facultad de Contaduría y Administración. Ciudad Universitaria. Oaxaca de Juárez, Oaxaca. Correo electrónico bybys_92@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.

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 Elgamal, College of Business Administration - 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, Department of Finance, Chung Yuan Christian University
Shulin Lin, Hsiuping University of Science and Technology
Yingchou Lin, Missouri University 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 Toma, Lucian Blaga University of Sibiu-Romania
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 Juarez
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 Perriáñez, 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

REVIEWERS

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

Haydeé Aguilar, Universidad Autónoma De Aguascalientes

Bustamante Valenzuela Ana Cecilia, Universidad
Autonoma De Baja California

María Antonieta Andrade Vallejo, Instituto Politécnico
Nacional

Olga Lucía Anzola Morales, Universidad Externado De
Colombia

Antonio Arbelo Alvarez, Universidad De La Laguna

Hector Luis Avila Baray, Instituto Tecnológico De Cd.
Cuauhtemoc

Graciela Ayala Jiménez, Universidad Autónoma De
Querétaro

Carlos Alberto Cano Plata, Universidad De Bogotá Jorge
Tadeo Lozano

Alberto Cardenas, Instituto Tecnológico De Cd. Juarez

Edyamira Cardozo, Universidad Nacional Experimental De
Guayana

Sheila Nora Katia Carrillo Incháustegui, Universidad
Peruana Cayetano Heredia

Emma Casas Medina, Centro De Estudios Superiores Del
Estado De Sonora

Benjamín Castillo Osorio, Universidad Cooperativa De
Colombia Y Universidad De Córdoba

Benjamin Castillo Osorio, Universidad Del Sinú-Sede
Montería

María Antonia Cervilla De Olivieri, Universidad Simón
Bolívar

Cipriano Domingo Coronado García, Universidad Autónoma
De Baja California

Semei Leopoldo Coronado Ramírez, Universidad De
Guadalajara

Esther Eduvigés Corral Quintero, Universidad Autónoma
De Baja California

Dorie Cruz Ramirez, Universidad Autonoma Del Estado
De Hidalgo /Esc. Superior De Cd. Sahagún

Tomás J. Cuevas-Contreras, Universidad Autónoma De
Ciudad Juárez

Edna Isabel De La Garza Martínez, Universidad Autónoma
De Coahuila

Javier De León Ledesma, Universidad De Las Palmas De
Gran Canaria - Campus Universitario De Tafiira

Hilario Díaz Guzmán, Universidad Popular Autónoma Del
Estado De Puebla

Cesar Amador Díaz Pelayo, Universidad De Guadalajara,
Centro Universitario Costa Sur

Avilés Elizabeth, CICESE

Ernesto Geovani Figueroa González, Universidad Juárez
Del Estado De Durango

Ernesto Geovani Figueroa González, Universidad Juárez
Del Estado De Durango

Carlos Fong Reynoso, Universidad De Guadalajara

Ana Karen Fraire, Universidad De Guadalajara

Teresa García López, Instituto De Investigaciones Y
Estudios Superiores De Las Ciencias Administrativas

Helbert Eli Gazca Santos, Instituto Tecnológico De Mérida
Denisse Gómez Bañuelos, CESUES

Ana Ma. Guillén Jiménez, Universidad Autónoma De Baja
California

Araceli Gutierrez, Universidad Autonoma De
Aguascalientes

Andreina Hernandez, Universidad Central De Venezuela

Arturo Hernández, Universidad Tecnológica
Centroamericana

Alejandro Hernández Trasobares, Universidad De Zaragoza

Alma Delia Inda, Universidad Autonoma Del Estado De
Baja California

Carmen Leticia Jiménez González, Université De Montréal
Montréal Qc Canadá.

Gaspar Alonso Jiménez Rentería, Instituto Tecnológico De
Chihuahua

Lourdes Jordán Sales, Universidad De Las Palmas De Gran
Canaria

Santiago León Ch., Universidad Marítima Del Caribe

Graciela López Méndez, Universidad De Guadalajara-
Jalisco

Virginia Guadalupe López Torres, Universidad Autónoma
De Baja California

Angel Machorro Rodríguez, Instituto Tecnológico De
Orizaba

Cruz Elda Macias Teran, Universidad Autonoma De Baja
California

Aracely Madrid, ITESM, Campus Chihuahua

Deneb Magaña Medina, Universidad Juárez Autónoma De
Tabasco

Carlos Manosalvas, Universidad Estatal Amazónica

Gladys Yaneth Mariño Becerra, Universidad Pedagógica Y
Tecnológica De Colombia

Omaira Cecilia Martínez Moreno, Universidad Autónoma
De Baja California-México

Jesus Carlos Martinez Ruiz, Universidad Autonoma De
Chihuahua

Alaitz Mendizabal, Universidad Del País Vasco
Alaitz Mendizabal Zubeldia, Universidad Del País Vasco/
Euskal Herriko Unibertsitatea
Fidel Antonio Mendoza Shaw, Universidad Estatal De
Sonora
Juan Nicolás Montoya Monsalve, Universidad Nacional De
Colombia-Manizales
Jennifer Mul Encalada, Universidad Autónoma De Yucatán
Alberto Elías Muñoz Santiago, Fundación Universidad Del
Norte
Bertha Guadalupe Ojeda García, Universidad Estatal De
Sonora
Erika Olivas, Universidad Estatal De Sonora
Erick Orozco, Universidad Simon Bolivar
José Manuel Osorio Atondo, Centro De Estudios
Superiores Del Estado De Sonora
Luz Stella Pemberthy Gallo, Universidad Del Cauca
Andres Pereyra Chan, Instituto Tecnológico De Merida
Andres Pereyra Chan, Instituto Tecnológico De Merida
Adrialy Perez, Universidad Estatal De Sonora
Adrialy Perez, Universidad Estatal De Sonora
Hector Priego Huertas, Universidad De Colima
Juan Carlos Robledo Fernández, Universidad Eafit-
Medellin/Universidad Tecnológica De Bolivar-Cartagena
Natalia G. Romero Vivar, Universidad Estatal De Sonora
Humberto Rosso, Universidad Mayor De San Andres
José Gabriel Ruiz Andrade, Universidad Autónoma De
Baja California-México
Antonio Salas, Universidad Autonoma De Chihuahua
Claudia Nora Salcido, Facultad De Economía Contaduría Y
Administración Universidad Juarez Del Estado De Durango
Juan Manuel San Martín Reyna, Universidad Autónoma De
Tamaulipas-México
Francisco Sanches Tomé, Instituto Politécnico Da Guarda
Edelmira Sánchez, Universidad Autónoma De Ciudad
Juárez
Deycy Janeth Sánchez Preciado, Universidad Del Cauca

María Cristina Sánchez Romero, Instituto Tecnológico De
Orizaba
María Dolores Sánchez-Fernández, Universidade Da
Coruña
Luis Eduardo Sandoval Garrido, Universidad Militar De
Nueva Granada
Pol Santandreu I Gràcia, Universitat De Barcelona,
Santandreu Consultors
Victor Gustavo Sarasqueta, Universidad Argentina De La
Empresa Uade
Jaime Andrés Sarmiento Espinel, Universidad Militar De
Nueva Granada
Jesus Otoniel Sosa Rodriguez, Universidad De Colima
Edith Georgina Surdez Pérez, Universidad Juárez
Autónoma De Tabasco
Jesús María Martín Terán Gastélum, Centro De Estudios
Superiores Del Estado De Sonora
Jesús María Martín Terán Gastélum, Centro De Estudios
Superiores Del Estado De Sonora
Jesus María Martín Terán Terán Gastélum, Centro De
Estudios Superiores Del Estado De Sonora
Maria De La Paz Toldos Romero, Tecnológico De
Monterrey, Campus Guadalajara
Abraham Vásquez Cruz, Universidad Veracruzana
Angel Wilhelm Vazquez, Universidad 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
Julián Pando García, Universidad Del País Vasco

HOW TO PUBLISH

Submission Instructions

The Journal welcomes submissions for publication consideration. Complete directions for manuscript submission are available at the Journal website www.theIBFR.com/journal.htm. Papers may be submitted for initial review in any format. However, authors should take special care to address spelling and grammar issues prior to submission. Authors of accepted papers are required to precisely format their document according to the journal guidelines.

There is no charge for standard paper reviews. The normal review time for submissions is 90-120 days. However, authors desiring a quicker review may elect to pay an expedited review fee, which guarantees an initial review within two weeks. Authors of accepted papers are required to pay a publication fee based on the manuscript length and number of authors. Please see our website for current publication and expedited review rates.

Authors submitting a manuscript for publication consideration must guarantee that the document contains the original work of the authors, has not been published elsewhere, and is not under publication consideration elsewhere. In addition, submission of a manuscript implies that the author is prepared to pay the publication fee should the manuscript be accepted.

Subscriptions

Individual and library subscriptions to the Journal are available. Please contact us by mail or by email to: admin@theibfr.com for updated information.

Contact Information

Mercedes Jalbert, Executive Editor
The IBFR
P.O. Box 4908
Hilo, HI 96720
editor@theIBFR.com

Website

www.theIBFR.org or www.theIBFR.com

COMO PUBLICAR EN NUESTRA REVISTA

TEMÁTICA

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

INSTRUCCIÓN PARA EL ENVIO DE SU MANUSCRITO

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

IDIOMA

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

PROCESO DE REVISIÓN

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

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

COSTO DE PUBLICACIÓN

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

SUBSCRIPCION

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

COMO CONTACTARNOS

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

WEBSITE

www.theIBFR.org, www,theIBFR.com

PUBLICATION OPPORTUNITIES

REVIEW of BUSINESS & FINANCE STUDIES

Review of Business & Finance Studies

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

All papers submitted to the Journal are double-blind reviewed. The Journal is listed in Cabell's, Ulrich's Periodicals Directory The Journal is distributed in print, through EBSCO*Host*, ProQuest ABI/Inform and SSRN.

The journal accept rate is between 15 and 25 percent

Business Education & Accreditation

Business Education and Accreditation (BEA)

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

All papers submitted to the Journal are double-blind reviewed. BEA is listed in Cabell's and Ulrich's Periodicals Directory. The Journal is distributed in print, through EBSCO*Host*, ProQuest ABI/Inform and SSRN.

The journal acceptance rate is between 15 and 25 percent.

Accounting & Taxation

Accounting and Taxation (AT)

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

All papers submitted to the Journal are double-blind reviewed. AT is listed in Cabell's and Ulrich's Periodicals Directory. The Journal is distributed in print, through EBSCO*Host*, ProQuest ABI/Inform and SSRN.

The journal acceptance rate is between 5 and 15 percent.

PUBLICATION OPPORTUNITIES

The International Journal of
RBusiness *and* Finance
RESEARCH

The International Journal of Business and Finance Research ISSN 1931-0269

The International Journal of Business and Finance Research (IJBFR) publishes high-quality articles in all areas of finance, accounting and economics. Theoretical, empirical and applied manuscripts are welcome for publication consideration.

All papers submitted to the Journal are double-blind reviewed. The IJBFR is listed in Cabell's, Ulrich's Periodicals Directory and The American Economic Association's *Econlit*, *e-JEL* and *JEL on CD*. The Journal is distributed in print, through EBSCOHost, ProQuest ABI/Inform and SSRN

The IJBFR acceptance rate is between 5 and 10 percent.

IJMMR

INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT AND MARKETING RESEARCH

International Journal of Management and Marketing Research ISSN 1933-3153

The International Journal of Management and Marketing Research (IJMMR) publishes high-quality articles in all areas of management and marketing. Theoretical, empirical and applied manuscripts are welcome for publication consideration.

All papers submitted to the Journal are double-blind reviewed. The IJMMR is listed in Cabell's and Ulrich's Periodicals Directory. The Journal is distributed in print, through EBSCOHost, ProQuest ABI/Inform and SSRN

The IJMMR acceptance rate is between 5 and 10 percent.

Global Journal of
RBusiness
Research

**Global Journal of Business Research
ISSN 1931-0277**

The Global Journal of Business Research (GJBR) 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 double-blind reviewed. The GJBR is listed in Cabell's, The American Economic Association's *Econlit*, *e-JEL* and *JEL on CD*, and Ulrich's Periodicals Directory. The Journal is distributed in print, through EBSCOHost, ProQuest ABI/Inform and SSRN

The GJBR acceptance rate is 20 percent.



Revista Internacional
**ADMINISTRACION
& FINANZAS**

Revista Internacional Administración y Finanzas ISSN 1933-608X

Revista Internacional Administracion y Finanzas (RIAF), 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 double-blind reviewed. RIAF is listed in The American Economic Association's *Econlit*, *e-JEL* and *JEL on CD*, and Ulrich's Periodicals Directory. The Journal is distributed in print, through EBSCOHost, ProQuest ABI/Inform and SSRN

The Journal acceptance rate is between 5 and 15 percent.
