ISSN 2444-4960

Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial

Volumen I, Número I — Julio — Septiembre - 2015

ECORFAN®

Bases de datos

Google Scholar.

ECORFAN®

ECORFAN-Spain

Directorio

Principal

RAMOS ESCAMILLA- María, PhD.

Director Regional

MIRANDA GARCÍA- Marta, PhD.

Director de la Revista

ESPINOZA GÓMEZ- Éric, MsC

Relaciones Institucionales

IGLESIAS SUAREZ- Fernando, BsC

Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial, Volumen 1, Número 1, de Julio a Septiembre -2015, es una revista editada trimestralmente por ECORFAN-Spain. Calle Matacerquillas 38, CP: 28411. Moralzarzal -Madrid. WEB: www.ecorfan.org/spain, revista@ecorfan.org. Editora en Jefe: Ramos Escamilla- María, Co-Editor: Miranda García- Marta, PhD. ISSN 2444-4960. Responsables de la última actualización de este número de la Unidad de Informática ECORFAN. Escamilla Bouchán- Imelda, Luna Soto-Vladimir, actualizado al 30 de Septiembre 2015.

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

Queda terminantemente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin permiso del Centro Español de Ciencia y Tecnología.

Consejo Editorial

MARTÍNEZ HERNÁNDEZ-Mizraim, PhD
Colegio Universitario de Distrito Federal, México

CAMPOS RANGEL- Cuauhtemoc Crisanto, PhD
Universidad Autónoma de Tlaxcala, México

TAVERA CORTÉS-María Elena, PhD
UPIICSA –IPN, México

BLANCO ENCOMIENDA-Francisco Javier, PhD
Universidad de Granada, Spain

ALIAGA LORDEMANN-Francisco Javier,PhD
Universidad de Zaragoza, Spain

TREJO GARCÍA-José Carlos, PhD
Escuela Superior de Economía-IPN, México

GONZÁLEZ IBARRA-Miguel Rodrigo, PhD
Universidad Nacional Autónoma de México, México

MORÁN CHIQUITO-Diana María, PhD
Universidad Autónoma Metropolitana, México

CAMPOS ALVAREZ-Rosa Elvira, PhD
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México

COTA YAÑEZ-Rosario, PhD
Universidad de Guadalajara, México

RASCÓN DÓRAME-Luis Tomas, PhD
Universidad de Sonora, México

Consejo Arbitral

GÓMEZ MONGE-Rodrigo, PhD
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México

SÁNCHEZ TRUJILLO-Magda Gabriela, PhD
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México

GUILLEN MONDRAGÓN-Irene Juana, PhD
Universidad Autónoma Metropolitana, México

GARCÍA Y BARRAGÁN-Luis Felipe, PhD
Universidad de Guanajuato, México

TORRES HERRERA-Moisés, PhD
Universidad Autónoma de Barcelona, Spain

AVILA BARRIOS-Delia, PhD
Escuela Superior de Economía-IPN, México

CHÁVEZ BECKER-Carlos, PhD
Universidad Autónoma Metropolitana, México

PORRÚA RODRÍGUEZ-Lugardo
BRAVO-María Teresa, MsC, PhD
Universidad Iberoamericana, México

SALDAÑA CARRO-Cesar, PhD
Universidad Politécnica de Tlaxcala, México

BANDA PEDRAZA-Araceli Sarai, PhD
Universidad Tecnológica de Nezahualcoyotl, México

Presentación

ECORFAN, es una revista de investigación que pública artículos en el área de: Estrategias del Desarrollo Empresarial

En Pro de la Investigación, Docencia, y Formando los recursos humanos comprometidos con la Ciencia. El contenido de los artículos y opiniones que aparecen en cada número son de los autores y no necesariamente la opinión del Editor en Jefe.

El artículo *Spin Off: Una Revisión Literaria en la Creación de Empresas Universitarias* por MÉNDEZ-MÉNDEZ, Manuel, REBOLLAR-HERNÁNDEZ, José, LINO-GAMIÑO, Juan, y GONZÁLEZ-PÉREZ, Manuel con adscripción el primero y el cuarto en la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, el segundo en el Instituto Nacional de Astrofísica Óptica y Electrónica, y el tercero en la Universidad de Colima, como siguiente está *Modelo de gestión organizacional. Un estudio sobre la comunicación, personal motivado e ingresos* por GARCÍA-ACOSTA, María, MAGAÑA-PANTOJA, Esmeralda, MENDOZA-GARCÍA, Patricia, y CONTRERAS-MEDINA, David con adscripción en la *Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato*, como siguiente está *Consideraciones didácticas para la introducción de los problemas contextualizados y la integración de las TIC al proceso de enseñanza aprendizaje de la asignatura Cálculo diferencial e integral en la carrera Ingeniería Financiera* por ABREU-TORIBIO, Luis, TORRES-LIMA, Pastor, y CARRILLO-CÓRDOVA, José con adscripción en la Universidad Politécnica del Golfo de México, como siguiente está *Opciones de financiamiento del sector privado mexicano* por LAPA, Javier con adscripción en *UAEM*, como siguiente está *Fortalecimiento de las habilidades de emprendurismo a través del método ABP en la carrera de comercio internacional y aduanas de la Universidad Politécnica del Golfo de México* por LIGONIO-HERNANDEZ, Ninive, DE LA CRUZ-ALCUDIA, Abi, HERRERA-JIMÉNEZ, Laura, y CARRILLO- CÓRDOVA, José con adscripción en Universidad Politécnica del Golfo de México, como siguiente está *Análisis de los modelos formales de generación de valor como una herramienta conceptual para el estudio de la estrategia empresarial* por LUNA-SALCEDO, Amir, LINO-GAMIÑO, Juan, y NERI-TORRES, José con adscripción el primero en la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, el segundo y el tercero en la Universidad de Colima, como siguiente está *Escenarios de emprendimiento universitario con sentido Ético* por CHÁVEZ-CONTRERAS, Leonel, MADRIGAL-MORENO, Francisco, DÍAZ-VÁZQUEZ, Alberto y SILVA-CORONA, Jaime, como siguiente está *Empresarialidad femenina en Valle de Santiago, Guanajuato* por CARMONA-GARCÍA, Nélida, RAMÍREZ-BARA con adscripción en la *UTSOE*.

Contenido

Artículo	Página
Spin Off: Una Revisión Literaria en la Creación de Empresas Universitarias *MÉNDEZ-MÉNDEZ, Manuel, REBOLLAR-HERNÁNDEZ, José, LINO-GAMIÑO, Juan, y GONZÁLEZ-PÉREZ, Manuel*	1-14
Modelo de gestión organizacional. Un estudio sobre la comunicación, personal motivado e ingresos *GARCÍA-ACOSTA, María, MAGAÑA-PANTOJA, Esmeralda, MENDOZA-GARCÍA, Patricia, y CONTRERAS-MEDINA, David*	15-25
Consideraciones didácticas para la introducción de los problemas contextualizados y la integración de las TIC al proceso de enseñanza aprendizaje de la asignatura Cálculo diferencial e integral en la carrera Ingeniería Financiera *ABREU-TORIBIO, Luis, TORRES-LIMA, Pastor, y CARRILLO-CÓRDOVA, José*	26-39
Opciones de financiamiento del sector privado mexicano *LAPA, Javier*	40-54
Fortalecimiento de las habilidades de emprendurismo a través del método ABP en la carrera de comercio internacional y aduanas de la Universidad Politécnica del Golfo de México *LIGONIO-HERNANDEZ, Ninive, DE LA CRUZ-ALCUDIA, Abi, HERRERA-JIMÉNEZ, Laura, y CARRILLO- CÓRDOVA, José*	55-61
Análisis de los modelos formales de generación de valor como una herramienta conceptual para el estudio de la estrategia empresarial *LUNA-SALCEDO, Amir, LINO-GAMIÑO, Juan, y NERI-TORRES, José*	62-74
Riqueza y abundancia de la avifauna silvestre en fragmentos de bosque nativo y plantaciones de pino en la comunidad de Punilla *CHÁVEZ-CONTRERAS, Leonel, MADRIGAL-MORENO, Francisco, DÍAZ-VÁZQUEZ, Alberto y SILVA-CORONA, Jaime*	75-84
Empresarialidad femenina en Valle de Santiago, Guanajuato *CARMONA-GARCÍA, Nélida, RAMÍREZ-BARAJAS, Alejandro, ALMANZA-SERRANO, Ma. Leticia, HERNÁNDEZ-AGUILERA, Elisa, y LARA-MORALES, Eliana*	85-90
Instrucciones para Autores	
Formato de Originalidad	
Formato de Autorización	

Artículo **Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial**
Septiembre 2015 Vol.1 No.1 1-14

Spin Off: Una Revisión Literaria en la Creación de Empresas Universitarias

MÉNDEZ-MÉNDEZ, Manuel Adán*†`, REBOLLAR-HERNÁNDEZ, José Luís``, LINO-GAMIÑO, Juan Alfredo```, y GONZÁLEZ-PÉREZ, Manuel````

`, ````*Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México. Calle 21 Sur No.1103, Barrio Santiago, C.P. 72410 Puebla, Pue.*
``*Instituto Nacional de Astrofísica Óptica y Electrónica, Calle Luis Enrique Erro # 1, C.P. 72840, Tonantzintla, Pue.*
```*Universidad de Colima, Carr. Colima-Manzanillo Km 40, Col. La Estación, C.P. 28100, Tecomán, Col.*

Recibido 2 de Enero, 2015; Aceptado 4 de Mayo, 2015

**Resumen**

La transferencia de tecnología a través de la creación de Spin Off desde los centros de investigación y universidades hacia la sociedad se encuentra en aumento debido a los beneficios que estas empresas vierten sobre ella, es por esto que los estudios relacionados con estas empresas universitarias se han incrementado en la actualidad. El objetivo de este trabajo es presentar una revisión teórica de las Spin Off Universitarias, mediante una recopilación de las diferentes tipologías que manejan diversos investigadores del tema, los criterios para realizar esta revisión son: investigación en fuentes primarias, búsqueda específica de conceptos relacionados, línea de tiempo, entre otros. Los resultados de esta revisión indican que existe consenso en los diferentes autores sobre el concepto de Spin Off, sin embargo existen ciertas variaciones debido a la formación intrínseca de este tipo de empresas universitarias, el cual la mayoría versa desde el punto de vista económico y financiero. Las revisiones teóricas y estudios como este, aportan claridad y apoyo para el mejor entendimiento de dicho fenómeno, donde la creación de empresas de este tipo crecen y aportan beneficios en las regiones donde se establecen y de ahí la importancia de su estudio.

**Spin Off, Empresas Universitaria, Revisión de Literatura, Creación de Empresas, Revisión Teórica**

**Abstract**

Technology transfer through of the creation of spin-off from research centers and universities to society is increasing because of the benefits that these companies pour over it. The aim of this paper is to present a theoretical review of University Spin Off through of different types that handle various researchers in the field, the criteria for this review are: research in primary sources, specific search for related concepts. The results of this review suggest that there is consensus among different authors about the concept of spin-off, but there are certain variations due to the intrinsic formation of this type of enterprises, from the economically and financially view. Theoretical reviews and studies like this provide clarity and support for better understanding of this phenomenon, where the creation of such companies provide benefits in the regions where they settle and hence the importance of this studies.

**Spin Off, University Enterprises, Theoretical Review, Creation of Enterprises, Review of Literature**

**Citación:** MÉNDEZ-MÉNDEZ, Manuel, REBOLLAR-HERNÁNDEZ, José, LINO-GAMIÑO, Juan, y GONZÁLEZ-PÉREZ, Manuel. Spin Off: Una Revisión Literaria en la Creación de Empresas Universitarias. Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial, 2015, 1-1: 1-14

* Correspondencia al Autor (Correo Electrónico: manueladan.mendez@upaep.edu.mx)
† Investigador contribuyendo como primer autor.

**©ECORFAN-Spain** 
```

Introducción

El creciente número de estudios sobre los procesos de transferencia tecnológica desde las universidades hacia las sociedad como afirman Beraza y Rodríguez (2010) además de Sánchez y Martín (2003) crece cada vez más, en concreto sobre factores que favorecen la utilización de creación de empresas como mecanismos de esta transferencia de conocimientos.

Como afirma Rodeiro, Fernández, Otero y Rodríguez (2010), así como Solé (2005) esta creación de empresas denominadas Spin Off, crecen en importancia como instrumento para transferir a la sociedad el conocimiento generado en las universidades por presentar ciertas ventajas a otras formas tradicionales de transferencia como: la generación de ingresos beneficiando a fundadores y universidades anfitrionas, además del desarrollo local donde se sitúan. Tanto Fong Reynoso (2006) como Trenado y Huergo (2007) aseguran que la universidad emprendedora abre nuevas oportunidades para el progreso social a través de una rápida y una efectiva aplicación comercial del conocimiento científico, motivo por el cual resulta de interés avanzar en el conocimiento de la implicación directa de la universidad en la actividad emprendedora, en particular de la empresa Spin Off para ser competitiva y exitosa. Justificado plenamente con lo anterior, la realización de diversos estudios que profundizan el entendimiento de este fenómeno.

El objetivo de este trabajo es presentar una revisión de la literatura acerca de las Spin Off Universitarias mediante recopilación de diferentes tipologías de diversos investigadores del tema y el cual pretende responder fundamentalmente el siguiente planteamiento:

¿Cuáles son las características para la definición de una empresa de origen universitario denominada Spin Off?

El principal problema que se observa en el estudio del fenómeno de las empresas académicas es que existen diferentes variantes del término, así como ambigüedades y diferentes enfoques por diversos investigadores, de ahí la necesidad de contribuir con una revisión en la literatura, en donde las variables a definir son las siguientes: Término gramatical Spin, Término Spin Off, Ambigüedades del Término Spin Off y otros enfoques del Término Spin Off. El alcance de la investigación es delimitado por las palabras claves, así como el número de fuentes académicas a las se tiene acceso, ambas explicadas en el apartado de metodología.

Ramos (2008) afirma que una revisión literaria da cuenta sobre lo que se ha publicado sobre un tema en específico por diversos investigadores, el propósito de la revisión es comunicar al lector los conocimientos e ideas que se han establecido sobre un tema, por ello una revisión conlleva: Organizar la información, sintetizar resultados, identificar temas controversiales, etc., a su vez Suazo (2010) menciona que la revisión de literatura consiste en identificar, descubrir, adquirir y consultar bibliografía que pueden ser útiles para los objetivos del estudio, así como recopilar la información importante y necesaria que pertenece al problema de investigación. Creswell (2002) también indica que la revisión de la literatura es un resumen y análisis crítico de artículos, libros y documentos que describen "el estado del conocimiento" sobre un tema en específico a investigar, bajo esta vertiente Shaw (1999) asegura que la investigación científica en muchas ciencias cuentan con un conjunto de descripciones y por ello la revisión teórica resulta tan importante.

En este sentido Sampieri, Collado y Lucio (2010) afirman que la gran mayoría de las investigaciones que se emprenden deben considerar una revisión de la literatura, que aunque no es el objetivo final, es un acercamiento al estado del arte.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Bajo este contexto Caro Gutiérrez (2008) indica que una revisión de la literatura puede identificar si existen varias teorías, posturas, definiciones, enfoques, etc. de un tema estudiado; por último Cue Brugueras, Díaz Alonso y Díaz Martínez (2008) indican que los artículos de revisión literaria son de suma importancia hoy en día, debido a que dan accesibilidad a una recopilación de información de un tema específico, así como deja ver las tendencias sobre un determinad campo científico a estudiar.

Metodología

El tipo de investigación que se presenta, de acuerdo a Sampieri et al (2010) será descriptiva porque se busca definir las propiedades importantes de un grupo en específico, midiendo conceptos y variables que tienen que ver con dicha investigación, por esto Gutiérrez Rodríguez (2011) define que el propósito de la revisión de la literatura es adquirir conocimiento del tema, proveer información de trasfondo, justificar la importancia del problema, presentar definiciones útiles e identificar posibles métodos.

El diseño metodológico para cumplir con nuestro objetivo se muestra en la siguiente figura 1:

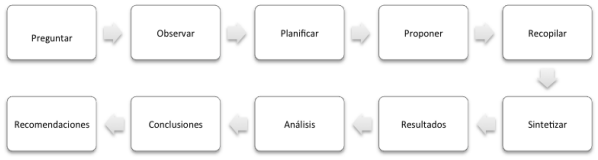


Figura 1 Diseño Metodológico

Las etapas de la investigación son las siguientes: En la introducción se describe el planteamiento del problema a investigar, los objetivos del trabajo, así como la importancia y justificación de este; en una segunda parte se plantea el diseño metodológico, los criterios de inclusión y exclusión de variables, la recolección de datos, las herramientas y recursos empleados para el desarrollo de la investigación.

En una tercera sección se desarrolla el tema específico de la revisión teórica de las Spin Off desde sus términos gramaticales, definición, ambigüedades y otros enfoques presentado por diferentes autores; Por último se presenta el análisis de los resultados obtenidos y las conclusiones.

Las herramientas y recursos empleados para el desarrollo de la investigación son la computadora y las bases de datos académicas en las que se tiene acceso en la universidad. Gutiérrez Rodríguez (2011) también explica que las bases de datos se organiza en campos, registros y archivos que se interrelacionan entre sí y que a través de un programa de computadora pueden ser consultados para obtener una información específica, bajo lo anterior, en esta revisión literaria se consultaron las bases de datos que se presentan en la tabla 1.

Base de Datos	Especificación
Dialnet (Difusión de Alertas en la Red)	Recopila y facilita acceso a contenidos científicos principalmente a través de alertas documentales
Ebsco (Elton B. Stephens Company)	Base de datos científica sobre temas de física, química, economía, educación y otros temas, suministra textos completos y resumen de artículos
Redalyc (Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal)	Sistema de Información Científica de revistas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Doaj (Directory of Open Access Journal)	Ofrece servicios a la comunidad publicando lista de revistas científicas que cumpla estándares de calidad al utilizar revisión por pares y de carácter gratuito
Academic Search Elite	Base de datos científicos que contiene EBSCO host Research Databases, Business Searching Interfaces y EBSCO Discovery Service.
Scholar Academic Google	Motor de búsqueda de propósito global con fines académicos con información bibliográfica acerca de libros y revistas

Tabla 1 Bases de Datos Consultadas.

ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Los criterios de inclusión y exclusión de la investigación fueron a través de lo planteado por Gutiérrez Rodríguez (2011) donde plantea que para las recolección de datos en una revisión literaria debe ser por medio de vocabulario, a través de operadores booleanos: and, or, not, además de la búsqueda de campo, ya sea por medio de fecha, autor, tema, título, etc. En nuestra revisión el vocabulario usado fue el siguiente: Spin Off, empresas & derivadas, transferencia & tecnología, universidad emprendedora OR empresas académicas, emprendedurismo & universitario, transferencia tecnológica, dichas palabras fueron buscadas tanto en inglés como en español. Los campos de búsqueda de información fueron los siguientes: Fechas del 2000 al 2014, temas: factores de transferencia tecnológica, programas de apoyo, factores determinantes, acercamiento teórico, revisión de la literatura, estudio exploratorio, innovación, tecnología, etc.

El tamaño muestra de la investigación fueron 74 artículos en total, en la cual solo 56 de ellos estaban relacionados de manera directa a la presente investigación 18 de manera indirecta.

El análisis de los datos obtenidos fueron de dos tipos: el análisis descriptivo de las variables a estudiar y el análisis exploratorio partiendo de los conocimientos de otros investigadores en el tema, para que trabajando inductivamente se pudiera presentar una recopilación de ambigüedades y diferentes enfoques de nuestra revisión bibliográfica.

La técnica y el tipo de instrumento empleado en nuestro estudio fue la documental a través de la información primaria de las bases de datos mencionadas, mediante el análisis de contenido de cada uno de los artículos que se obtuvieron.

La validez y la confiabilidad de nuestras técnicas y nuestros instrumentos está fundamentado por Gutiérrez Rodríguez (2011) donde argumenta que a través de las fuentes primarias, que son aquellas donde el investigador presenta por primera vez los resultados de su trabajo a través de un reporte de investigación que sigue ciertas normas de publicación, como lo son: Revistas (Journals), publicaciones académicas, tesis, libros, disertaciones, etc., se encuentra la información relevante para un estudio bibliográfico.

La razón fundamental de la elección del instrumento utilizado es porque nuestra investigación no es de campo donde podamos aplicar encuestas, cuestionarios u otro tipo de instrumento de investigación, sino es de revisión literaria de un tema muy específico.

Resultados de la Investigación.

Como se menciona en la introducción, el objetivo de este trabajo es presentar una revisión de la literatura acerca de las Spin Off Universitarias mediante recopilación de diferentes tipologías de diversos investigadores del tema y el cual pretende responder fundamentalmente el siguiente planteamiento:

¿Cuáles son las características para la definición de una empresa de origen universitario denominada Spin Off? Los resultados indican que, en las características para la definición de las Spin Off existen ambigüedades, definiciones bien establecidas en términos académicos y económicos, además de diversos enfoques propuestos por diferentes investigadores, estos resultados se presentan a continuación.

Definición en Términos Gramaticales

En la revisión teórica realizada encontramos que en términos gramaticales Spin Off tiene diferentes traducciones de la lengua anglosajona al castellano, un resumen de lo anterior se presenta en la tabla 2 siguiente:

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Término	Traducción
Spin, Vi (rotate)	Girar
Spin, vtr (rotate)	Hacer girar
Spin, n (blased viewpoint)	Sesgo
	Traducciones Adicionales
Spin, n (swoon)	Dar vueltas
Spin, n (informal, short drive)	Vuelta en auto
Spin, vi (suffer vértigo)	Marearse, dar vueltas
Spin, vi (fibres)	Tejer
Spin, vi (a web)	Tejer
Spin, vi (operate turntable)	Pinchar discos
Spin, vtr (fibres)	Hilar
Spin, vtr (informal, tell a story)	Contar, Inventar

Tabla 2 Término Básico de Spin Off.

El término también podemos encontrarlo con formas compuestas, como se presenta a continuación en la tabla 3.

Término	Traducción
Electron Spin (Physics)	Espín del electrón, espín electrónico
Electron Spin Resonance (Physics)	Resonancia de espín electrónico
Head Spin (break-dancing)	Trompo
In a Spin	Revuelo, Con Nervios
Make your head spin (figurative)	Marear
Spin around (turn quickly)	Voltearse, volverse, girar
Spin Out (prolong)	Alargar
Spin Out (Skid, rótate)	Girar como trompo, Derrapar
Spin Dry	Secar, Centrifuga
Spin Off	Filial
Take a Spin (ride)	Dar una vuelta

Tabla 3 Términos Compuestos de Spin Off.

Además dependiendo del tema y del contexto dicha palabra compuesta adquiere diferentes significados como se muestran en la siguiente tabla 4:

Spin (Spun)	Definición
N	(Rotating motion) Vuelta,revolution
	(In washing machine) Centrifuga
	(Sport) Dar efecto a la pelota
	(Loss of Control) Hacer un Trompo
	(Brit Informal) Dar una vuelta
	(Informal Interpretation) Interpretación
VT	(Rotate) Hacer girar
	(Spin Dry) Centrifugar
	(Turn Suddenly) Girar
	(Sport) Dar efecto al balón
	(Thread, Web) Tejer
VI	(Rotate) Girar, Dar Vueltas
	(Move quickly) Rodar a gran velocidad
	(Washing Machine) Centrifugar
	(Spinning Wheel) Hilar
Thesaurus	Proveer, Establecer, Producir, Desarrollar, Forma Subsidiaria

Tabla 4 Término Compuesto en Temas Específicos.

Definición en Términos Económicos y Académicos

La definición de Spin Off nació en los Estados Unidos en la década de los setenta, tomando como ejemplo la generación de empresas espontáneas e independientes que surgieron de las Universidades de California (Naranjo Africano, 2011).

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

El mismo autor refiere que conceptualmente las Spin Off se refieren a empresas que se crean en el seno de otra empresa o entidad ya existente, normalmente como iniciativa de algún empleado de la misma, la mayoría de las Spin Off nace de las universidades y centro de investigación, de manera particular las Spin Off Académicas se definen como empresas que permiten capitalizar la investigación traduciéndola a valor empresarial. Beraza Garmedia y Rodríguez Castellanos (2011) indican que existe una diferenciación de una Spin Off a una Spin Off Universitaria, La primera tiene denominaciones como nuevas empresa de base tecnológica, pequeñas empresas de base tecnológica, PyME de alta tecnología e innovadoras, así los mismos autores nos refieren que si se trata de una Spin Off nacida de la universidad la denominación que reciben es diferente y son tales como:

Spin Off Universitarias (Vohora et al, 2004) (Siegel et al, 2003), Spin Off Académicas (Clarysse et al, 2005) (Heirman y Clarysse, 2004), Spin Off basadas en el Conocimiento (Spienza et al, 1996), Spin Off Tecnológicas (Fontes, 2003), Spin Out (Golob, 2003), (Lowe, 2002), Start Up (Landry et al, 2002), (Mustar et al, 2006), Nuevas Empresas de Base Tecnológica, Pequeñas Empresas de Base Tecnológica, PyME de Alta Tecnología, PyME Innovadoras u otras similares. Nuevamente Beraza Garmedia y Rodríguez Castellanos (2011) refiere que la universidad es una fábrica de conocimientos y por tanto, considerar a las Spin Off universitarias solo pueden ser de base tecnológica supone una visión estrecha de este fenómeno, en consecuencia las Spin Off universitarias son empresas basadas en el Conocimiento, si bien es cierto la mayoría de estas son de base tecnológica.También existen recopilaciones de definiciones sobre Spin Off con diferentes autores, entre las principales son:

"Nuevas empresas creadas por individuos que salen de otras existentes para crear empresas competidoras de su propiedad" mencionada por Galvin (1983), "Pequeñas empresas que crean ejecutivos corporativos que abandonan de forma colectiva sus organizaciones y establecen empresas independientes" acuñada por Lloyd y Seaford, (1987), "Es una nueva empresa, generalmente con un gran componente tecnológico, que se originan a partir de una empresa u organismo matriz de establecer una unidad de negocio independiente para aprovechar una determinada oportunidad de negocio identificada o desarrollada por ella", escrita por Oiz y García (1996),

"La bibliografía tradicional define una Spin Off como iniciativa empresarial de un profesional proveniente de otra entidad, donde la tecnología o conocimiento generado en esta institución inicial, se transmite a la Spin Off a través de algún mecanismo" (Condom, 2003), lo anterior retomado de Beraza Garmenia y Rodríguez Castellanos (2012).

Ambigüedades del Término

En este acercamiento teórico encontramos cuestionamientos sobre definiciones de Spin Off al considerar que no aprehenden todas las posibilidades que la realidad muestra, por ejemplo: Primero: El fundador de la Spin Off es un empleado de la organización madre, pero la tecnología no es transferible desde la organización madre. Segundo: La tecnología tiene su origen en la organización madre, pero el fundador de la Spin Off no procede de la organización madre. Tercero: El fundador de la Spin Off es el generador de la tecnología que explota la Spin Off, pero no en el momento en el que era empleado de la organización madre. Cuarto: Ni el fundador ni la tecnología proceden de la organización madre, pero la Spin Off a utilizado algún tipo de recursos de la organización madre.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Quinto: Tanto la tecnología como el fundador proceden de la organización madre, pero el fundador sigue trabajando en la organización madre; todo lo anterior obtenido de Beraza Garmenia y Rodríguez Castellanos (2012). Este mismo autor refiere que hay también confusión en el uso de los términos y refiriéndose a diferentes autores argumenta lo siguiente: Carayannis et al (1998) señala que las Spin Off también son conocidas como Start Ups y Spin Outs.

El informe de la comisión europea del 2002 equipara los términos de Spin Off y Spin Out. La AUTUM survey utiliza el término de Start Up.

La fundación COTEC 2003 equipara el término Spin Off con el término Spin Out. Lockett y Wright (2005) utilizan el término Spin Off Universitaria. Finalmente en el informe de la OCDE se plantea distinguir entre nuevas empresas en las que la universidad tiene una participación en el capital, que serían las verdaderas Spin Off y aquellas que explotan una licencia de tecnología de la universidad pero sin que ésta tome una participación en el capital que deberían llamarse Spin Out.

También Beraza Garmedia y Rodríguez Castellanos (2012) mencionan que hay autores que si han diferenciado entre estos tres términos de Spin Off, Spin Out y Start Ups, entre los principales autores encontramos los siguientes: Mc Donald et al (2004), distinguen que una Spin Out supone una nueva empresa que desarrolla y comercializa la propiedad intelectual de un centro de investigación público, en cambio una Start Up es una nueva empresa a la que el centro de investigación público facilita personal, infraestructura y el Know How en general (Pirnay et al, 2003), más que la explotación comercial de su propiedad intelectual.

Así mismo Sheen (2002) diferencia los tres conceptos en donde una Start Up es un término genérico que abarca un amplio abanico de situaciones que incluyen la creación de empresas por parte de estudiantes o para explotar comercialmente tecnologías basadas en investigaciones en cuyo desarrollo están involucrados académicos, en este último caso en particular es al que se le suele denominar Spin Off y si esta Spin Off se establece libre de vínculos con su universidad se le suele llamar Spin Out.

Clasificaciones de Spin Off

Beraza Garmenia y Rodríguez Castellanos (2012) Aseguran que en la delimitación y el alcance del concepto general de Spin Off tiene que satisfacer tres condiciones:

Primero: Debe generarse a partir de una organización existente, cualquiera que sea la forma jurídica, razón social, modo de propiedad o tipo de actividad de la misma; Segundo: Debe concernir a uno o varios individuos de esta organización, cualquiera que sea su estatus y función dentro de la misma; Tercero: Debe suponer la salida efectiva de estos individuos de la organización que les emplea, no para dirigirse a otra organización existente, sino para crear una nueva organización.

Por esto Gouza (2007) asegura que las políticas de transferencia del conocimiento tecnológico de la universidad hacia la empresa ha dado como resultado el nacimiento de las Spin off universitarias., Las Spin Off nacen de la universidad y son resultado de una intencionalidad manifiesta en difundir y aprovechar el conocimiento y vincularlo con el entorno. Por esto la clasificación y definición de lo que se presenta como Spin Off es fundamental y en esta revisión teórica se encuentran diversas propuestas de clasificación que se presenta en la siguiente tabla 5.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Clasificación	Definición
Según la actitud de la universidad con respecto a la Spin Off, se clasifican en dos sectores: Pull y Push.	La primera son las espontáneas o pasivas (Pull), que su características es que no tienen apoyo de la universidad La segundas son planificadas o activas (Push) que son apoyadas en el marco de una política de la universidad con el fin de favorecer y promover la transferencia de conocimientos
Según el estatus de las personas que dan origen a la idea, las Spin Off se clasifican en dos sectores: Académica y Estudiantil	La primera es la académica, creada por uno o más miembros de la comunidad científica con el fin de explotar comercialmente los resultados en el marco de sus actividades de investigación. La segunda es la de estudiantil, creada por estudiantes que al término de sus estudios toman la decisión de constituir su propia empresa, aunque en algunos casos se hacen la distinción entre Spin Off Académicas (University Spin Off - USO) y Start-Up
Según la participación de socios externos en el capital las Spin Off se clasifican en dos categorías: EEB y NEEB.	La primera es con capital externo (External equity backed), financiadas por business angels o entidades de capital-riesgo. La segunda es sin capital externo (Non external equity backed) que no tiene inversores externos
Según el tipo de actividad, las Spin Off se clasifican en tres segmentos: Consultoría, Producto y Activos Tecnológicos.	La primera es en consultoria y contratos de I+D (Consultancy and R&D contracting) La segunda en Producto (Product oriented mode) La tercera en activos tecnológicos (Technology asser oriented mode)
Según el modelo de desarrollo seguido por la Spin Off estas se clasifican en tres categorías: Growth, Lifesstyle, Prospector	La primera orientada al crecimiento (Growth) con fuerte capitalización externa. La segunda no orientadas al crecimiento (Lifestyle) buscan solo un mercado de confort para los fundadores y por lo general no tienen capital invertido externo, con baja capacidad de gestión La tercera es de categoría intermedia (Prospector) el cual no tiene un modelo de negocio sólido tiene una moderada orientación al crecimiento y con capitalización baja de algún externo.
Según la tipología establecida por Thorburn podemos distinguir cuatro modelos de Spin Off, independiente, vinculada, Joint Venture, y subsidiaria,	La independiente es solo formada por miembros de la comunidad universitaria, La vinculada es creada con accionistas individuales y por la vía de la prestación de servicios La JointVenture es donde la universidad establece relaciones con otras organizaciones. La subsidiaria es cuando la empresa es creada por otra ya existente y la universidad se limita a conceder la licencia de explotación a la nueva empresa.

Tabla 5 Clasificación y Definición de Spin Off.

En la revisión realizada también encontramos que otros investigadores determinan diferentes características, definiciones e investigaciones acerca de las Spin Off, entre las que destacan las siguientes:

1. Las Spin Off basadas en un conocimiento codificado y patentado suelen estar más orientadas a ofrecer un producto al mercado, mientras que las basadas en conocimiento tácito suelen estar orientadas a ofrecer un servicio (Beraza Garmedia y Rodríguez Castellanos, 2011).

2. Dentro de la literatura económica se han señalado numerosos factores que influyen en el crecimiento de las Spin Off entre las que destacan: el entorno, las redes de contacto, las infraestructuras de apoyo, el estado de la tecnología desarrollada, la existencia de la propiedad intelectual, la características de los fundadores y el equipo gestor, la disponibilidad de recursos financieros y la habilidad de gestión empresarial (Rubiralta, 2006).

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

3. Existen diferencias significativas en las Spin Off creadas en función del tipo de conocimiento en la que se basan, de conocimiento codificado predominan las empresas de base tecnológica y las de conocimiento tácito donde predominan las empresas dedicadas a la consultoría (Rodeiro, Calvo, y Fernández, 2012)

4. La Spin Off Universitarias (University Spin Off - USO) son extraordinariamente heterogéneas y sus límites pueden variar significativamente según distintas percepciones, pueden clasificarse según la implicación del investigador como emprendedor.
   La naturaleza del cocimiento transferido y la participación de socios externos en la nueva empresa, (Beraza Garmedia & Rodríguez Castellanos, 2011)

Otros Enfoques

Según lo planteado por Bathelt, Kogler y Munro (2010) sobre la definición de Spin Off influyen variables como: El tipo de universidad, el Financiador, participación de la universidad, el tipo de conocimientos aplicados, etc. Por ello en la revisión de la literatura no podemos excluir, los trabajos de investigación que se han hecho al respecto, tratando de identificar los elementos que influyen en la creación de las Spin Off, De acuerdo a Rodeiro, Fernández, Otero y Rodríguez (2008) citan que estos estudios se han realizado en tres vertientes: Desde la perspectiva de la teoría de los recursos, desde las políticas aplicadas por la universidad para promover la transferencia de tecnología y desde la perspectiva de los principales agentes implicados en su creación; el concentrado de dichas investigaciones se muestran en la siguiente tabla 6.

Enfoques	Autores	Resultados
Teoría de los recursos	Locket, Wright, Franklin (2003	OTRI Redes de Contacto Capital Participación Inventor
	Locket, Wright, Vohora (2004	Gasto en I+D Propiedad Intelectual OTRI Habilidad Empresarial
	Locket, Wright (2005)	Gastos Externos Propiedad Intelectual OTRI Royalties
	O´Shea, Allen, Chevalier (2005)	Experiencia Calidad de Investigación Ingresos Presupuestos OTRI
	Powers, McDougall (2005)	Gasto en I+D Capital Riesgo Experiencia OTRI Calidad de la Investigación
Otros Enfoques	Di Gregorio, Shane (2003)	Royalties Capital de la Universidad Calidad de la Investigación Gasto en I+D
	Link, Scott (2005)	Gasto en I+D Antigüedad Parque Científico
	González, Álvarez (2005)	Ratio Profesor
	Montañez (2006)	Recursos Financieros

ECORFAN® Todos los derechos reservados.

		Formación empresarial Espacio Físico Apoyo de Compañeros

Tabla 6 Enfoque de Estudio sobre Spin Off.

Rodeiro et al (2010) también menciona que otras investigaciones empíricas han surgido sobre todo en torno a la teoría de los recursos económicos, nuevamente el concentrado de dichos estudios bajo esta perspectiva se presentan a continuación en la tabla 7

Objeto de Estudio	Autores	Resultados
Estructura de Capital en Función de las Características de las Empresas	Cassar (2004)	Tamaño Activos Fijos Intención de Crecer Forma Societaria Características Propietarios
	Hyytinen, Pajarinen (2005)	Tamaño Edad Beneficio Crecimiento
	Hogan, Hutson (2005	Edad Decisiones de la Dirección
Financiación en Función de las Características del Emprendedor	Shane, Stuart (2002)	Capital Social
	Piva, Colombo (2005)	Nivel Educativo Experiencia Laboral
Financiación Externa en Función de las Características de la Universidad	Lockett, Wright, Vohora (2004	Gasto en I+D Gastos Externos
	Lockett, Wright (2005)	Royalties Habilidad Empresarial

Tabla 7 Objeto de estudio de las Spin Off.

Sin embargo estas definiciones se han concentrado tomando en cuenta diferentes factores como lo presenta (Thorburn, 2000) en la siguiente tabla 8.

Modelo de Factores Empresariales e Institucionales en la Creación de Spin Off		
Estado	**Factores Institucionales**	**Factores Empresariales**
Pre-Establecida	Razón de establecimiento Procesos de Selección Entrenamiento pre establecido de los fundadores Personal de gestión	Antecedentes familiares del emprendedor Educación del emprendedor Edad y experiencia laboral del emprendedor Personalidad y motivación del emprendedor
Establecida	Retorno fiscal Protección de IP Posición de Equidad	Empresa de Base Tecnológica Acuerdo de transferencia de tecnología formal desde la organización Orientación de Producto
Post-Establecida	Soporte Fiscal y Financiero Acceso a productos y personal Colaboración en Marcha y Contrato de Investigación	Capital inicial y base de financiamiento Orientación de mercado incluyendo organización y prácticas Orientación directiva incluido habilidades y resolución de problemas Financiamiento

Tabla 8 Modelos y Factores en la Creación de Spin Off.

En esta última tabla se establece de manera concreta los factores institucionales y empresariales para la creación de Spin Off Universitarias.

Conclusiones

Sin duda la revisión de literatura de un tema específico es complicada debido a la abundancia de información, las diferentes tipologías, las vertientes de estudio, la perspectiva de las diferentes teorías y demás factores que intervienen hacen que un tema se convierta tan complejo como la investigación se vaya profundizando.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Como comentan González Morales y Álvarez González (2006) la creación de nuevas empresas de base tecnológicas surgidas de la actividad investigadora universitaria no es homogénea.

Unas nacen con un fuerte componente tecnológico o de una idea innovadora, por ello es difícil su clasificación en función de las diversas ramas de su actividad y esto hace su extenso estudio.

A pesar de esto, podemos observar que la clasificación de las Spin Off se realiza en sectores definidos como lo son: la universidad y el personal fundador, los conocimientos o actividades desarrolladas, su capital y financiación. Las investigaciones alrededor de este campo de estudio se vierte mas en el sector económico clasificados en diferentes rubros como: Gastos en I+D, presupuestos, financiamiento, regalías, capital, gastos externos, inversión, participación, capital riesgo, recursos financieros; Después del sector económico las investigaciones son más dispersas y sin tendencia a un sector en específico, además encontramos que los objetos de otros estudios empíricos también van con la misma tendencia: Estructura de capital y financiamiento.

Los beneficios de la creación de Spin Off han generado interés creciente en este fenómeno como vía para comercializar tecnologías desarrolladas en ámbitos universitarios, sin embargo Beraza Garmedia y Rodríguez Castellanos (2010) indican que estas investigaciones presentan varias deficiencias, entre estas es que las investigaciones se encuentran muy dispersas, además en un segundo lugar la literatura es principalmente de carácter teórico; Hay un vacío respecto al ámbito organizacional, que refleje las características diferenciales de cada universidad y su influencia sobre el número de empresas creadas, es decir cuál es el impacto de las características internas de la universidad en la actividad Spin Off.

Estos vacios de información finalmente se puede traducir en áreas de oportunidad para generar conocimiento nuevo en diferentes enfoques, con perspectivas nuevas e interesantes, donde los investigadores puedan presentar planteamientos, modelos, prácticas, estudios de campo, que vaya fortaleciendo el conocimiento respecto a este fenómeno que sin duda es primordial para el crecimiento de un país y con ello poder generar riqueza, empleo y estabilidad económica debido a la comercialización de los conocimientos generados en las universidades y centros de investigación que finalmente beneficien a la sociedad actual.

Referencias.

Bathelt, H., Kogler, D., & Munro, A. (2010). A Knowledge Based Typology of University Spin Off in context of Regional Economic Development. Technovation, 519-532.

Beraza Garmedia, J. M., & Rodríguez Castellanos, A. (2011). Los Programas de Apoyo a la Creación de Spin Off en las Universidades Españolas: Una Comparación Internacional. Investigaciones europeas de Dirección y Economía de la Empresa, 89-117.

Beraza Garmendia, J., & Rodríguez Castellanos, A. (2010). Factores Determinantes de la Utilización de las Spin Off como Factores de Transferencia de Conocimiento en las Universidades. Redalyc, 115-135.

Beraza Garmenia, J. M., & Rodríguez Castellanos, A. (2012). Conceptualización de la Spin Off Universitaria. Universidad del País Vasco, 143-152.

Caro Gutiérrez, M. &. (2008). Análisis y Revisión de la Literatura en el Contexto de Proyectos de Fin de Carrera: Una Propuesta. Grupo Alarcos, Escuela Superior de Informática, Universidad de Castilla de la Mancha.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Carayannis, E., Rogers, E., Kurihara, K. & Allbritton, M. (1998), "High Technology Spin Off from Government R&D Laboratories and Research Universities" Technovation, Vol. 18, N. 1, pp.1-11

Cassar, G. (2004), "The financing of business Start Ups", Journal of Business Venturing, Vol. 19(2), pp. 261-283

Clarysse, B., Wright, M., Lockett, A., Van De Elde, E. & Vohora, A. (2005), "Spin Out New Ventures: A Tipology of Incubation Strategies from European Research Institutions" Journal of Business Venturing, Vol. (20), pp. 183-216

Creswell, J. (2002). Educational Research: Planning, Conducting and Evaluating Quantitative and Qualitative Research, . Upper Saddle River.

Cue Brugueras, M., Díaz Alonso, G., & Díaz Martínez, A. &. (2008). Revisión Literaria. Rev. Cubana Salud Pública, Vol. 34, N.4.

Di Gregorio, D. & Shane, S. (2003), "Why do some Universities generate more Start Up than others", Research Policy, Vol. 32, pp. 209-227

Fong Reynoso, C. (2006). Transferencia del Conocimiento de la Universidad a la Empresa: La Creación de Empresas Spin Off de Origen Universitario. DER-INESER-CUCEA.

Fontes, M. (2003), "The Process Transformation of Scientific and Technological Knowledge into Economic Value Conducted by Biotechnology Spin off" Technovation, Vol. 25(4), pp. 339-347

González Morales, O., & Álvarez González, J. A. (2006). Las Spin Off en la Estrategia de Transferencia de Conocimiento de las Universidades Españolas. XII Jornadas de la Asociación de Economías de la Educación, 1-12.

Golob, E. (2003), "Generating Spin Off from University Based Research: The Potential of Technology Transfer" Columbia University.

Gouza, A. (2007). Factores Determinantes de la Transferencia de Conocimiento dentro de las Spin Off Universitarias. Departamento de Economía de la Empresa, UAB.

Gutiérrez Rodríguez, M. (2011). Revisión de la Literatura: Estrategias para Localizar Información. Iniciativa de Investigación y Actividad Creativa.

González, M. & Álvarez, G. (2005), "Pautas de Creación de Spin Off en las Universidades Españolas" VII Congreso Nacional de Economía, A. Coruña.

Heirman, A. & Clarysse, B. (2004), "How and Why do Research Based Start Ups Differ at Funding: A Resource Based Configurational Perspective" Journal of Technology Transfer, Vol. 29 (3), pp. 247-268

Hyytien, A. & Pajarinen, M. (2005), "Financing of Technology-intensive Small Business: Some Evidence on the Uniqueness of ICT sector" Information Economics and Policy, Vol. 17(1), pp. 115-132

Hogan, T. & Hutson, E. (2005), "Capital Structure in New Technology Based Firms: Financing in the Irish Software Sector" Global Finance Journal, Vol. 15(3), pp. 269/382

Landry, R., Amara, N., & Ouimet, M. (2002), "Research Transfer in Natural Sciences and Engineering: Evidence from Canadian Universities" The 4th Triple Helix Conference, Copenhagen.

Link, A. & Scott J. (2005), "Opening the ivory tower's door: An Analysis of the determinants of the formation of U.S. University Spin Off companies", Research Policy, Vol. 34 (7), pp. 1106-1112.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Lockett, A. & Wright, M. & Franklin, S. (2003), "Technology Transfer and Universities, Spin Out Strategies", Small Business Economics, Vol. 20 (2), pp. 185-200

Lockett, A., Wright, M. & Vohora, A. (2004), "Resources, Capabilities, Risk Capital and the Creation of University Spin Out Companies", SPRU-Science and Technology Policy Research.

Lockett, A. & Wright, M. (2005),"Resources, Capabilities, Risk Capital and the Creation of University Spin Out Companies", Research Policy, Vol. 34 N. 47. pp. 1043-1057

Lowe, R. (2002), "Invention, Innovation and Entrepreneurship: The Commercialization of University Research by Inventor Founded Firms" University of California, Berkeley

Montañez, B. (2006), "Factores Condicionantes de la creación de Spin Off Universitarias: Un Estudio Exploratorio", III Jornada de Pre-Comunicaciones del Congreso de Economía y Administración de Empresas, Barcelona.

Mustar, P., Renault, M., Colombo, M., Piva, E., Fontes, M., Lockett, A. & Wright, M. (2006), "Conceptualizing the heterogeneity of research based Spin Off: A Multidimensional Taxonomy", Research Policy, Vol. 35 (2), pp. 289-308

Naranjo Africano, G. (2011). Spin Off Académica en Colombia: Estrategias para su desarrollo. Red de Revistas Científicas de América Latina, España y Portugal, 35-43.

O'Shea, R.P. & Allen, T.J. Chevalier, A. & Roche, F. (2005), "Entrepreneurial Orientation, Technology Transfer and Spin off Performance of U.S. Universities", Research Policy, Vol. 34(7), pp. 994-1009

Pirnay, F., Surlemont, B. & Nlemvo, F. (2003), "Toward a Typolgy of University Spin off", Small Business Economics, N. 21, pp. 355-369

Piva, E. & Colombo, M. (2005), "Academic Start Ups and New Technology Based Firms: A Matched Pair Comparison" Triple Helix Conference, The Capitalization of Knowledge: Cognitive, Economic, Social & Cultural Aspects, May, Turín.

Power, J. & McDougall, P. (2005), "University Start up Formation and Technology Licensing with Firms that go public: a resource based view of academic entrepreneurship", Journal of Business Venturing. Vol. 20 (3), pp. 291-311

Ramos, M. (2008). Revision Teorica y de la Literatura. Revista de Posgrado.

Rodeiro, D., Calvo, N., & Fernández, S. (2012). Oportunidades de la Gestión del Capital Humano en las Spin Off Universitarias: Un Análisis Dinámico. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento , 148-166.

Rodeiro, D., Fernández, S., Otero, L., & Rodríguez, A. (2008). La creación de Empresa en el Ámbito Universitario. Cuadernos de Gestión, 11-28.

Rodeiro, D., Fernández, S., Otero, L., & Rodríguez, A. (2010). Factores Determinantes de la Estructura de Capital de las Spin Off Universitarias. Revista Latinoamericana de Administración, 65-98.

Rubiralta, M. (2006). El Papel de los Parques Científicos en la Incubación de Empresas de Base Tecnológica. Parque Científicos , 103-117.

Sampieri, H., Collado, F., & Lucio, &. B. (2010). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Sánchez, J. & Martín, J. (2003), "Preferencias Dinámicas de Financiación de las Empresas Españolas: Nueva Evidencia de la Teoría de la Jerarquía" XI Foro de Finanzas, Alicante, España.

Sapienza, H. Manigart, S. & Vernier, W. (1996), "Venture Capitalist Governance anda Value Added in Four Countries" Journal of Business Venturing, Vol. 11, pp. 439-469

Shane, S. & Stuart, T. (2002), "Organizational Endowments and the Performance of University Start Ups" Management Science, Vol. 48 (1), pp. 154-170

Sheen, M. (2002), "Key Issues for Consideration in the Spin off Process" New Concepts for Academic Entrepreneurship, Twenty University Press, Enscheda.

Siegel, D., Waldman, D., Atwater, L., Link, A. (2003), "Commercial Knowledge transfer from universities to Firms: Improving the effectiveness of university industry Collaboration" Journal of High Technology Management Research, Vol. (14), pp. 111-133

Solé, F. (2005), "La Creación de Empresas desde la Universidad como contribución al desarrollo Regional" Fundación Conocimiento y Desarrollo, Barcelona, España.

Suazo, R. (01 de 04 de 2010). BlogSpot. Obtenido de BlogSpot: http://www.blogspot.com/Rivassuazo.html

Thorburn, L. (2000). Knowledge Management, Research Spin Offs And Commercialitation of R&D in Australia. Asia Pacific Journal of Management , 257-275.

Trenado, M. & Huergo, E. (2007), "Nuevas Empresas de Base Tecnológica: Una Revisión de la Literatura Reciente" CDTI, Universidad Complutense de Madrid, España.

UPAEP. (25 de 01 de 2014). Biblioteca UPAEP. Obtenido de http://biblioteca.upaep.mx/crecursos/recursoslst

Vohora, A., Wright, M. & Lockett, A. (2004), "Critical Junctures in the development of university High Tech Spin Out Companies" Research Policy, Vol. (33), pp. 147-175

Wordreference. (01 de 04 de 2014). http://www.wordreference.com. Obtenido de http://www.wordreference.com/es/translation.asp

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Artículo **Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial**
Septiembre 2015 Vol.1 No.1 15-25

Modelo de gestión organizacional. Un estudio sobre la comunicación, personal motivado e ingresos

GARCÍA-ACOSTA, María*†`, MAGAÑA-PANTOJA, Esmeralda`, MENDOZA-GARCÍA, Patricia`, y CONTRERAS-MEDINA, David`

`Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato. Valle de Santiago, C.P. 38400 Guanajuato, Gto.

Recibido 5 de Enero, 2015; Aceptado 5 de Mayo, 2015

Resumen

El estudio fue realizado en una empresa de servicios, dedicada a la consultoría, está ubicada en la ciudad de León, Guanajuato, con el objetivo de diseñar e implementar un modelo de gestión organizacional que identifique las necesidades de comunicación, personal motivado e ingresos.

La investigación fue elaborada con base en un método cuantitativo y se utilizó un tipo de investigación correlacional, ya que la información fue recabada y analizada para la aceptación o rechazo de hipótesis.

La recolección de datos se realizó por medio de cuestionarios, el primero utilizado para la detección del tipo, nivel y efectividad de la comunicación, el instrumento estuvo conformado por 31 ítems que fueron evaluados con escala de Likert; el grado de motivación se evaluó a través de la "Escala de Motivación de Steers R., y Braunstein D", la cual consta de 15 ítems y genera además del nivel de motivación de los empleados, la necesidad predominante de cada uno. Para obtener información sobre los ingresos de la organización se han utilizado los estados financieros proporcionados por la misma.

Después de la creación del modelo se procedió a la validación del mismo aplicándolo en la empresa que ofrece servicios de consultoría, con el cual se detectó que el personal cuenta con un alto grado de motivación y que la necesidad que predomina entre los empleados es de logro; también se determinó que la comunicación en la empresa es medianamente efectiva y se percibe un alto nivel de comunicación.

Con los datos recabados se procedió al uso de la regresión múltiple que generó un coeficiente de determinación de 0.45, lo que indica que existen muchos otros factores, además de la motivación y la comunicación que pueden tener mayor influencia en el factor ingresos.

Gestión, Comunicación, Motivación, Ingresos.

Abstract

The study was conducted in a service company dedicated to consulting, is located in the city of Leon, Guanajuato, with the goal of designing and implementing an organizational management model to identify the communication needs motivated staff and revenue.

The research was elaborated based on a quantitative method, also used a type of correlational research, since the information was collected and analyzed for its interpretation.

Data collection was carried out through questionnaires, the first used for the detection of the type, level and effectiveness of communication, the instrument was comprised of 31 items that were evaluated with Likert scale; the degree of motivation was assessed through the "scale of motivation of Steers r., and Braunstein D", which consists of 15 items and generates in addition to the level of employee motivation, the predominant need for each. For information on the income of the Organization, the financial statements provided by the same have been used.

After the creation of the model proceeded to the validation of the same by applying it in the company that provides consulting services, which was detected that the staff has a high degree of motivation and the need that prevails among employees is of achievement; also determined that communication in the company is fairly effective and perceived a high level of communication.

With the data collected was the use of multiple regression that generated a coefficient of determination of 0.45, which indicates that there are many other factors, as well as the motivation and communication that may have greater influence on factor income.

Management, motivation, communication, income.

Citación: GARCÍA-ACOSTA, María, MAGAÑA-PANTOJA, Esmeralda, MENDOZA-GARCÍA, Patricia, y CONTRERAS-MEDINA, David. Modelo de gestión organizacional. Un estudio sobre la comunicación, personal motivado e ingresos. Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial, 2015, 1-1: 15-25

* Correspondencia al Autor (Correo Electrónico: montse-041@hotmail.com)
† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

A nivel mundial la gestión en las empresas se ha convertido en pieza clave para el éxito pues involucra factores como, la comunicación, motivación del personal e ingresos, es por ello que la carencia de estos elementos genera un fracaso en las organizaciones.

En México el 65% de las empresas fracasan por no contar con una efectiva gestión organizacional, atribuyendo esto principalmente a factores internos como una deficiente comunicación (Condusef, SE, 2013); otro estudio revela que el 80% de los problemas tienen origen en la insuficiencia de la misma (Image People, 2007). Por otra parte, un estudio sobre la satisfacción de los empleados a nivel internacional, indica que para el 87% de los trabajadores en el mundo su trabajo es una fuente de frustración, lo que impacta en su motivación y da como resultado una menor productividad (Gallup, 2013).

La presente investigación se refiere al estudio de la gestión organizacional, en la que se involucran factores como la comunicación, que significa "compartir algo", a partir de ella, los seres humanos obtienen e intercambian información a través de señales, sonidos, gestos, etc.; el segundo factor a tratar en este estudio es la motivación, que se refiere a aquellas cosas que orillan a una persona a llevar a cabo ciertas acciones y ser firme hasta cumplir sus objetivos, por último se habla sobre los ingresos, que se obtienen por medio de los servicios que ofrece la organización.

El objetivo principal del estudio fue diseñar e implementar un modelo de gestión organizacional que identifique las necesidades de comunicación, personal motivado e ingresos.

El marco de la investigación se realizó con una serie de cuestionarios, que fueron aplicados al cien por ciento de los empleados de la empresa origen, incluyendo a las autoridades. Además se utilizó información financiera proporcionada por la organización. El cuestionario de comunicación estuvo conformado por 31 ítems que indicaron el tipo, efectividad y nivel de comunicación; el instrumento de motivación involucro 15 preguntas, que dieron como resultado el grado de motivación que tiene cada persona que labora en la empresa.

El modelo propuesto, puede ser considerado para su aplicación en cualquier empresa, sin importar si es manufacturera o de servicios. En síntesis la comunicación, la motivación e ingresos son tres variables importantes dentro de una organización, pues se comprobó que la comunicación es un factor determinante para llevar a cabo los procesos de la empresa además de que repercute en la relación con los compañeros y en el nivel de motivación de cada una de las personas que laboran en la organización, esto, sin duda se puede considerar indispensable, ya que un personal motivado tiende a ser más productivo.

Revisión de literatura

Actualmente el éxito de la organización no depende solamente de la calidad del producto o servicio que ofrece, sino que es derivada de una eficiente gestión organizacional la cual fortalece e incrementa la competitividad de la empresa. Un modelo de gestión es una estructura administrativa que permite involucrar una variedad de sistemas y subsistemas en los que se pretende desarrollar conocimiento, habilidades, herramientas y técnicas orientadas al cumplimiento de necesidades o expectativas de los interesados.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Aplicando el término modelo de gestión en una organización, se habla de un esquema que administra cualquier tipo de elemento (procesos, calidad, tiempo, costos, recurso humano, recursos materiales) que forma parte de una organización ya sea pública o privada.

A continuación se definen los elementos que formaron parte de este estudio:

Motivación

Existe una gran variedad de teorías sobre la motivación, sin embargo muchos afirman que la más acertada es la "Teoría de las Necesidades" de David McClelland.

McClelland propone 3 necesidades: Logro, Poder y Afiliación, esto quiere decir que los individuos buscarán su satisfacción dependiendo de la necesidad predominante.

La necesidad de logro está básicamente orientada al "impulso por sobresalir y a la lucha por tener éxito".

La necesidad de poder está referida al "conseguir que otros se comporten de determinada manera, diferente a como hubieran actuado de manera natural". Finalmente, la necesidad de afiliación pone énfasis al "deseo de relacionarse con otras personas" (McClelland, 1989).

La motivación es el estímulo de una persona al realizar tareas que la conducen hacia un objetivo. En esta investigación es uno de los factores importantes para someterse a estudio y tener en cuenta la manera más eficaz de lograr que los empleados se sientan motivados y satisfechos con su trabajo.

Comunicación

"La transmisión y comprensión de información, utilizando símbolos verbales y no verbales. Donde los mensajes no verbales o comunicación no verbal constituyen los mensajes enviados por la postura del cuerpo, las expresiones faciales y los movimientos de manos y ojos, es tan importante como la comunicación verbal" (Gibson, Ivancevich y Donelly, 2003).

De acuerdo con Martínez (1988), la comunicación organizacional consta tanto de canales formales como informales. Los canales formales se refieren a la comunicación ascendente, descendente y horizontal y las distingue de la siguiente manera:

Comunicación Descendente: es la comunicación que se da cuando los niveles superiores de la organización transmiten mensajes a los niveles inferiores.

Comunicación Ascendente: cuando las personas de los niveles bajos emiten uno o más mensajes a los niveles superiores en la estructura organizacional a través de canales formales e informales.

Comunicación Horizontal: se desarrolla entre personas de un mismo nivel jerárquico en donde los individuos tienen la posibilidad de comunicarse directamente entre sí

En las organizaciones es bastante común que el personal se comunique de manera informal, pues de esta manera son capaces de difundir información personal, o bien de la empresa pero que no es comunicada de manera formal, por ejemplo, ascensos, vacantes, cambio de jefes, etc.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Es básico que en las empresas exista una eficiente comunicación organizacional, y para que esto suceda es importante que se mida el impacto de forma constante, esto para la obtención de retroalimentación y posterior implementación de estrategias para prevenir problemas. También es necesario mencionar que, la comunicación informal es esencial para la interacción entre el personal de las organizaciones, sin embargo, se le debe prestar especial atención para que no se haga mal uso de ella y propicie problemas generando un clima laboral negativo.

Ingresos

"Los ingresos, en términos económicos, hacen referencia a todas las entradas económicas que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización, un gobierno, etc. El tipo de ingreso que recibe una persona o una empresa u organización depende del tipo de actividad que realice (un trabajo, un negocio, una venta, etc.). El ingreso es una remuneración que se obtiene por realizar dicha actividad" (Diccionario enciclopédico Quillet, 1972). Se considera relevante mencionar que se realizó una investigación sobre la relación existente entre las tres variables estudiadas, que dio como resultado una cantidad de estudios en los que se ha señalado la relación que existe entre la motivación y la comunicación de la empresa, los cuales son factores de importancia que permiten la mejora en los procesos de motivación del personal y resultados generales de las organizaciones. En dichos estudios ha sido utilizado un estudio correlacional que determine el grado de relación entre las variables, un ejemplo de estos estudios es el trabajo realizado por Camacho y Arroyave (2010) Propuesta de un plan de comunicaciones internas orientada a la motivación de los empleados de la empresa DINISSAN Santa Marta, estudio que fue considerado para la elaboración del propio.

El modelo de gestión organizacional se diseñó con base a dos estudios realizados anteriormente, en los que se analizaron las variables que fueron involucradas.

En primer lugar, se tomó el Estudio de estrés laboral y comunicación organizacional en hombres y mujeres (Millán, 2007), donde el objetivo principal fue conocer el impacto del estrés laboral en la comunicación organizacional, en hombres y mujeres; la investigación se realizó en una organización hotelera del estado de Puebla; los instrumentos seleccionados para la recolección de información fueron: Escala de Apreciación del Estrés (EAE) y el cuestionario de Comunicación Organizacional.

Es importante mencionar que el Test de comunicación organizacional, Test de Portugal (citado en Espinosa, 2005) mide la comunicación en sus diferentes niveles jerárquicos del organigrama de una empresa, evaluando la comunicación ascendente, descendente y horizontal.

El estudio fue de tipo cuantitativo correlacional pues se midió el grado de correlación existente entre las variables involucradas (estrés laboral y comunicación), los instrumentos se aplicaron a una muestra de 70 trabajadores de un total de 119. Con los datos obtenidos, se procedió a realizar el proceso de regresión para identificar el impacto del estrés laboral en la comunicación organizacional; los resultados indicaron que no existe correlación entre las variables estrés laboral y comunicación organizacional en este grupo muestra. Es importante señalar que el modelo da una pauta para interpretar la información que se obtenga a partir del instrumento utilizado, y es por esto que fue seleccionado para formar parte del marco conceptual del estudio.

Las teorías mencionadas, fueron la base del estudio de comunicación, personal motivado e ingresos.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Metodología

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, correlacional ya que en el proceso de investigación se obtuvieron y analizaron datos numéricos y diferentes variables, las cuales arrojaron las necesidades de comunicación y motivación así como los ingresos del periodo Enero-Marzo 2015. De esta manera y con la información recabada se procedió a hacer uso de la regresión múltiple la cual dio como resultado el grado de correlación existente entre las variables estudiadas.

Se plantearon dos hipótesis, de las cuales al final del estudio se aceptó alguna de ellas.

Hipótesis nula (H_0)

La comunicación, motivación e ingresos tienen un grado de correlación menor a 0.5.

Hipótesis Alternativa (H_1)

La comunicación, motivación e ingresos tienen un grado de correlación mayor al 0.5.

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron diversas fuentes de datos, tanto primarias como secundarias, como son: instrumentos aplicados (cuestionario) e información proporcionada por la empresa (estados financieros). La información secundaria se obtuvo a través de fuentes bibliográficas y artículos especializados en el tema de gestión organizacional.

La recolección de datos se llevó a cabo por medio de cuestionarios, para detectar las necesidades de comunicación y de personal motivado, dichos instrumentos se aplicaron al 100% de los empleados de la organización; por otra parte, se obtuvo información financiera de la empresa, específicamente los ingresos percibidos en el periodo de Enero-Marzo 2015.

Instrumentos

- Cuestionario para detección de necesidades de comunicación

Para recolectar los datos referentes a las necesidades de comunicación se utilizó el cuestionario elaborado por Espinosa (2005), que contiene 15 enunciados, con los que se determinó cómo fluye la información dentro de la empresa. Para determinar el nivel de comunicación que se tiene en la organización se usó la escala creada por Likert, que consta de 5 respuestas donde 1 es Nunca, 2 Ocasionalmente, 3 es Algunas veces, 4 Frecuentemente y 5 Siempre. El puntaje máximo obtenido en este cuestionario, podrá ser de 75, donde los rangos de medición son:
60-75= Alto 45-59= Medio 1-44= Bajo

Además, para medir la efectividad de la comunicación dentro de la empresa fue necesario agregar 16 ítems, los cuales se basaron en un estudio llamado "Análisis de la incidencia de la comunicación en la reputación interna en dos medianas empresas de la ciudad de Medellín" (Zuluaga, 2013), el cual fue diseñado para medir la eficiencia de la comunicación.

La escala de dicho cuestionario fue modificada para hacerla tipo Likert y tener la misma que el cuestionario anterior, donde 1 es Nunca, 2 Ocasionalmente, 3 es Algunas veces, 4 Frecuentemente y 5 Siempre.

El puntaje máximo del cuestionario es de 80, donde los rangos de medición son:

Preguntas de Logro	Preguntas de Poder	Preguntas de Afiliación
1. (puntaje:_____)	2. (puntaje:_____)	3. (puntaje:_____)
4. (puntaje:_____)	5. (puntaje:_____)	6. (puntaje:_____)
7. (puntaje:_____)	8. (puntaje:_____)	9. (puntaje:_____)
10. (puntaje:_____)	11. (puntaje:_____)	12. (puntaje:_____)
13. (puntaje:_____)	14. (puntaje:_____)	15. (puntaje:_____)
Total:	Total:	Total:

65-80= Efectiva

50-64= Medianamente efectiva

1-49= No efectiva

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

- Cuestionario para detección de necesidades de motivación

Para recolectar la información sobre las necesidades de motivación, se utilizó el cuestionario "Escala de Motivación de Steers R., y Braunstein D", validado por estos autores en el año de 1976.

La encuesta está basada en la teoría de David McClelland y fue diseñada con la escala de Likert, donde (1) es Totalmente en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Neutral, (4) De acuerdo y (5) Totalmente de acuerdo.

La puntación que se obtiene, permite clasificar el grado de motivación como alto, medio o bajo; y con base a la calificación asignada a cada una de las preguntas es posible conocer si la necesidad predominante es de logro, poder o afiliación.

El grado de motivación laboral se determina sumando los puntajes obtenidos en cada una de las 15 preguntas, lo cual permite clasificar el grado de motivación en Alto (de 50 a 75), Medio (de 49 a 25) y Bajo (menor de 25).

Para identificar el tipo de necesidad predominante en materia de motivación, las preguntas son agrupadas en 3 columnas donde se coloca la puntuación obtenida en cada una de las respuestas; posteriormente se procede a sumar el total obtenido en cada una de ellas. La columna que obtenga la puntuación más alta define el tipo de necesidad predominante.

Se consideran resultados positivos si los valores obtenidos en 3 o en 2 de ellas se encuentran relativamente cercanos, ya que se puede determinar un equilibrio. Si los resultados son negativos existe una desigualdad entre las 3 necesidades o si el puntaje estuviera más alto en poder y bajo en logro y afiliación, lo que demostraría un comportamiento de manipulación o conseguir que los demás se comporten de acuerdo a intereses personales.

- Ingresos

Para obtener la información sobre los ingresos percibidos, se analizaron los estados financieros proporcionados por la empresa, específicamente fue revisado el estado de resultado (periodo Enero-Marzo 2015), donde se encuentran las entradas de dinero por los servicios que ofrece la empresa, siendo los principales, la consultoría, capacitaciones y reclutamiento y selección de personal.

- Control

Posterior a la aplicación de los instrumentos, fue necesario llevar un sistema de control que nos indique el resultado de cada uno de los factores que contiene el modelo (comunicación, motivación e ingresos).

Con base a los instrumentos que se utilizaron y a la información que estos proporcionaron se diseñaron los siguientes formatos de control, donde se especifican los indicadores evaluados.

- Formato de control de motivación

El siguiente formato fue realizado en Excel, donde se utilizaron fórmulas para obtener los resultados de una manera más rápida y fácil; la información que genera el formato es la siguiente: Necesidades de motivación (Poder, Logro o Afiliación) y Nivel de motivación (Alto, Medio o Bajo), datos que dependen del puntaje obtenido.

DEPARTAMENTO:						Consideraciones	
INDICADOR:		Motivación					
Preguntas de logro	Puntaje	Preguntas de poder	Puntaje	Preguntas de afiliación	Puntaje	Nivel de motivación Alto	50-75
1		2		3		Nivel de motivación Medio	25-49
4		5		6			
7		8		9		Nivel de motivación Bajo	0-24
10		11		12			
13		14		15		Suma Total	Nivel de motivación
Total		Total		Total			

Tabla 1 Formato de Control de Motivación

ECORFAN® Todos los derechos reservados.

- Formato de control de comunicación

Este formato también fue elaborado en Excel, y se usaron fórmulas para obtener la siguiente información: Tipo de comunicación (Ascendente, Descendente u Horizontal), Nivel de comunicación (Alto, Medio o Bajo) y la Efectividad de la comunicación (Efectiva, Medianamente efectiva o No efectiva), los resultados dependen del puntaje obtenido.

DEPARTAMENTO:			
INDICADOR:		Comunicación	
Tipo de comunicación	Puntaje	Consideraciones	
Ascendente P1-P5		Alto 60-75	Efectiva 65-80
Descendente P6-P10		Medio 45-59	Medianamente efectiva 50-64
Horizontal P11-15			
Total		Bajo 1-44	No efectiva 1-49
Nivel de comunicación			Observaciones
Efectividad de comunicación P16-31	Puntaje		

Tabla 2 Formato de Control de Comunicación

- Análisis de correlación

El análisis de correlación es la herramienta estadística que podemos usar para describir el grado en el que una variable esta linealmente relacionada con otra. Con frecuencia, el análisis de correlación se utiliza junto con el de regresión para medir qué tan bien la línea de regresión explica los cambios de la variable dependiente, Y. Sin embargo, la correlación también se puede usar sola para medir el grado de asociación entre dos variables (Levin, Rubin, 2010). En este estudio la regresión servirá como herramienta para establecer el coeficiente de determinación, que mide el grado de asociación que existe entre las variables, X_1, X_2 y Y.

Resultados

Con ayuda de los formatos de control para registrar los resultados obtenidos mediante los instrumentos de comunicación y motivación se obtuvo la siguiente información, que muestra el nivel de motivación, la necesidad predominante, así como el tipo, nivel y grado de efectividad de la comunicación; gracias a estos datos se puede observar la situación actual de los factores estudiados dentro de la empresa.

DEPARTAMENTO	COMUNICACIÓN	MOTIVACIÓN
Presidencia	Debido a que este departamento es el de alto mando en la empresa y las preguntas del instrumento de comunicación no van dirigidas a este nivel no fue aplicado en esta área.	Con base a los resultados obtenidos se puede decir que el personal de este departamento está altamente motivado y su necesidad de motivación predominante es de logro.
Gerencia	De acuerdo a la puntuación obtenida, en esta área se percibe un alto y efectivo nivel de comunicación, además de que se percibe un flujo de información ascendente.	Los datos generados indican que el personal de esta área mantiene un equilibrio entre sus necesidades de logro, poder y afiliación, teniendo también un alto nivel de motivación.
Administración	Los resultados obtenidos en este departamento indican un alto y medianamente efectivo nivel de comunicación, también se identifica que la información fluye de manera ascendente.	De acuerdo a la puntuación que obtuvo el personal de este departamento, se puede decir que la necesidad predominante es de logro y que se mantiene un alto nivel de motivación.
Enlace y Seguimiento	Con base a la información recolectada se puede decir que en esta área se identifica un alto y medianamente efectivo nivel de comunicación, además de que se puede decir que la información se genera de manera ascendente.	Los resultados de este departamento indican que el personal tiene necesidad de logro y un alto grado de motivación.
Psicología	Los resultados del instrumento aplicado indican que para el personal de esta área se cuenta con un alto y efectivo nivel de comunicación, además de que se tiene un equilibrio en el flujo de información.	El resultado en este departamento indica que el personal se encuentra totalmente motivado y tiene un equilibrio entre sus necesidades de logro, poder y afiliación.

Tabla 3 Tabla de resultados

Con respecto a los resultados de correlación, se procedió al cálculo del coeficiente de determinación R^2, que resulto de 0.45, lo cual nos indica que las variables X_1 (Comunicación) y X_2 (Motivación) analizadas no tienen un grado de correlación alto sobre la variable dependiente Y (Ingresos), y da la pauta para pensar y afirmar que existen muchos otros factores a considerar, además de la comunicación y motivación, que pueden tener mayor influencia en la variable Y (Ingresos), lo que genera el rechazo de la hipótesis alternativa y la aceptación de la hipótesis nula con la afirmación de que las variables estudiadas, comunicación, motivación e ingresos tienen una correlación menor a 0.5.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0.67357815
Coeficiente de determinación R^2	0.45370752
R^2 ajustado	-0.63887745
Error típico	156.790184
Observaciones	4

Tabla 4 Estadísticas de la regresión

Por lo anterior, el modelo que se propone, para analizar la comunicación, motivación e ingresos en una organización versa bajo una metodología totalmente cuantitativa, aunque sería importante considerar muchos otros aspectos influyentes en la organización.

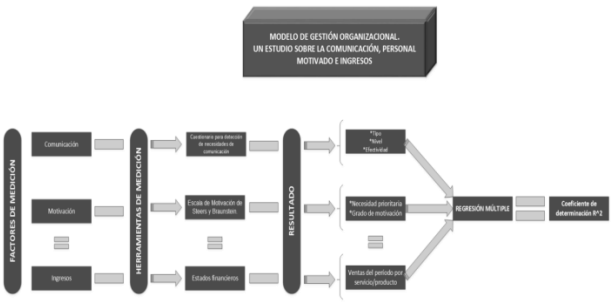


Figura 1 Modelo de Gestión Organizacional. Un estudio sobre la comunicación, personal motivado e ingresos

Conclusiones

El objetivo de esta investigación fue diseñar e implementar un modelo de gestión organizacional que estudiara la relación de la comunicación, personal e ingresos en una organización de consultoría.

Para determinar dicha relación, en primer lugar, se hizo un análisis de modelos de gestión organizacional para tomar como base el más efectivo y desarrollar la investigación y el diseño del modelo, se estructuraron instrumentos de motivación e ingresos en una organización bajo una metodología totalmente cuantitativa, aunque sería importante considerar muchos otros aspectos influyentes en la organización

Definitivamente se pudo observar, con base a los resultados, que la comunicación es un factor transcendental para la eficiencia de los procesos administrativos y operativos, mediante la información disponible, clara y oportuna de las actividades a realizar se dice que existe una comunicación efectiva y promueve las buenas relaciones entre compañeros y jefe-empleado, y por ende mantiene al personal motivado.

Con base a los resultados obtenidos al finalizar el estudio, se puede decir que se acepta la hipótesis nula, donde se planteó que las variables tienen un grado de correlación menor a 0.5, esto se comprobó pues el resultado del coeficiente de determinación es igual a 0.45, esto nos indica que existen muchos más factores además de la comunicación y motivación que pueden tener mayor influencia en los ingresos.

Para que se mantenga una comunicación efectiva dentro de la organización, es necesario contar con un sistema formal o informal para transmitir la información y fomentar la convivencia y buenas relaciones entre compañeros de trabajo y obtener resultados positivos que conforma la empresa y crear estrategias para cubrirlas.

Es importante mencionar que no existe solo una estrategia para hacer que la comunicación fluya de forma correcta dentro de las organizaciones y que no es el único modelo que expone esta problemática, existen muchas herramientas que sirven para detectar la efectividad de la comunicación en las empresas y determinar los niveles de motivación de los empleados y también se encuentran varias opciones para calcular la productividad, sin embargo en el modelo presentado se realizó una fusión de estas tres variables y presenta no solo su evaluación, sino que se identifica el grado de correlación que existe entre ellas.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Referencias

Alcarria J. (2009). Contabilidad Financiera I. Universidad Jaume I. Castelló de la Plana, España.

Bertalanffy Von, L. (1976). Teoría General de los Sistemas. Editorial Fondo de Cultura Económica. México.

Camacho, A., Katimme, I. (2010). Propuesta de un plan de comunicaciones internas orientado a la motivación de los empleados de la empresa Dinissan, Santa Marta. Bogotá, Colombia.

Capriles G. Gonzalo. (2006). Estadísticas de productividad en América Latina y el Caribe.

Cassini, R. (2008). El factor socioeconómico de la cultura en la transferencia de la percepción del espacio urbano. Centro de Diseño Universidad Autónoma de Guadalajara, México.

Castellví, A. (2008). Contabilidad Financiera. Análisis y aplicación del PGC de 2007, Ariel Economía.

Cifuentes C Daniela, Muñoz P. Felipe, (2010). Modelo de gestión Balanced Scorecard aplicado a la Escuela de graduados facultad de Odontología de la Universidad de Chile. Santiago, Chile.

Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros SE (2013).

Chiavenato Idalberto. (2000). Administración de recursos humanos. Ediciones McGraw-Hill. México.

Díaz R. Cristhell A., Becerra B. Manuel E., Enríquez L. Alma A. (2014, Octubre). Estudio de la comunicación interna en la industria hotelera de Puerto Vallarta Jalisco. Europan Scientific Journal. Edición vol. 10. No. 29. Jalisco, México.

Diccionario enciclopédico Quillet, tomo II, Finsu Panamá S.A., 1972

Fernández Collado, Carlos (2001) La Comunicación de las organizaciones, Ed, Trillas México.

Gallup (2013). Global Workplace. [en línea]. Disponible en: circuloeconomiaalicante.com/blog/el-comptomiso-de-los-empleados-el-desarrollo-profesional-8/

García, C. Concepción. (2012). Diagnóstico de la situación de comunicación organizacional interna en el Instituto Nacional de Cooperativas (INACOP). Guatemala.

Gibson, J.; Ivancevich, J.; Donnelly, J.(2003). Las organizaciones: comportamiento, estructura y procesos. McGraw Hill. 10ma. Edición. Distrito Federal, México.

Gómez de la Fuente C. (2012). Auditoria de comunicación en las organizaciones. Aplicación de un modelo en dos organizaciones del noreste de México". Universidad Santiago de Compostela. Coruña, España.

Hellriegel, Don; Slocum, John W. Jr.; Woodman, Richard W. (1998). Comportamiento Organizacional. 8a Edición. México: Editorial International Thomson Editores.

Hernández, R., Fernández, C & Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. Cuarta edición. Mc Graw-Hill. México.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Hernández, R., Fernández, C & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. Quinta edición. Mc Graw-Hill. México.

Levin R., Rubin D. (2010). Estadística para administración y economía. 7ª edición. Pearson. México.

Marc, Edmond; Picard, Dominique (1992) La interacción social. Cultura, instituciones y comunicación, Paidós, Barcelona.

Martins, Nico. Coetzee, Melinde. (2009). Aplicación del modelo de Burke-Litwin como marco de diagnóstico para evaluación de la efectividad organizacional. África del Sur.

Maslow, A. H. (1950) Self-actualizing people: A study of psychological health. In W. Wolff (Ed). Personality Symposia: Symposium 1 on Values pp 11-34. New York, NY. Grune & Strattun.

McClelland, D. (1989). Estudio de la Motivación Humana. Norcea S.A. de ediciones. Madrid, España.

Millán María A. (2007). Estrés laboral y comunicación organizacional en hombres y mujeres. Universidad de las Américas Puebla. Puebla, México.

Navarro A. Elba., Ochoa S., Esparza I, (2014). Cultura organizacional y desempeño individual en una Asociación Civil Mexicana. Instituto Tecnológico de Sonora. Sonora, México.

Nosnik, Ostrowiak, A. (2005), Culturas Organizacionales, España, Netbiblo.

Nuñez G. Yilsy, Rodriguez M. Carlos, Arancibia Sergio. (2010). Modelo de gestión por procesos para la comunicación organizacional como recurso intangible en Instituciones de educación superior. Eighth LACCEI Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology. Arequipa, Perú.

Palomo M. (2005). Los procesos de gestión y la problemática de las PyMES. Facultad de Ciencias Químicas. Vol. VIII No. 28. Monterrey, México.

Paredes M. Ana L. (2012). Comunicación interna, satisfacción laboral y motivación en la empresa Electro Controles del Noreste S.A de C.V. Universidad de Sonora. Sonora, México.

Portillo R. Rixio G. (2012). La comunicación externa en Universidades privadas con estudios a distancia en pregrado. Razón y palabra, Primera revista electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. No. 79. Maracaibo, Venezuela.

Riggs, James L. (2002). Sistemas de Producción Planeación, Análisis y Control. 3ª Edición. México: Editorial Limusa Wiley.

Robbins, Stephen P. (1999). Comportamiento Organizacional. 10ª Edición. México: Editorial Pearson Prentice Hall.

Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) (2005).

Steers R y D Braunstein. (1976). A behaviorally based measure of manifest needs in work settings. Journal of vocational Behaivor, 9 (2), pp. 251-265.

Towers W. (2014). Global Talent Management and Rewards Study. Madrid, España.

Vagas D., Johnny (1998): La comunicación, como herramienta de productividad. Revista Latina de Comunicación Social, San José de Costa Rica.

Watzlawick P., Helmick J., Jackson D. (1985). Teoría de la comunicación Humana. Cuarta edición. Editorial Herder. Barcelona.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Zamora S. Edna G. (2008). Importancia de la motivación en las empresas. Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Veracruzana. Xalapa, Veracruz.

Nacional Financiera. (2009). Clasificación PyMES. Clasificación micro, pequeñas y medianas empresas, [en línea]. Disponible en: http://www.nafin.com/portalnf/content/productos-y-servicios/programasempresariales/clasificacion-pymes.html. [2010, Octubre 19]

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Artículo **Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial**
Septiembre 2015 Vol.1 No.1 26-39

Consideraciones didácticas para la introducción de los problemas contextualizados y la integración de las TIC al proceso de enseñanza aprendizaje de la asignatura Cálculo diferencial e integral en la carrera Ingeniería Financiera

ABREU-TORIBIO, Luis*†`, TORRES-LIMA, Pastor``, y CARRILLO-CÓRDOVA, José``

`Universidad Politécnica del Golfo de México Carretera Federal Malpaso-El Bellote Km 171/Monte Adentro, C.P. 86 600, Paraíso, Tabasco.
``Universidad de Ciencias Pedagógicas Enrique José Varona. La Habana, Cuba

Recibido 7 de Enero, 2015; Aceptado 6 de Mayo, 2015

Resumen

En el artículo se propone un procedimiento didáctico para el proceso de enseñanza – aprendizaje del cálculo diferencial e integral en la carrera de Ingeniería Financiera a partir del planteamiento y solución de problemas contextualizados, donde se hace uso de la modelación matemática y la integración de las TIC para el logro de una clase activa, reflexiva y contextualizada a la profesión en la que se van a desempeñar los estudiantes.

Enseñanza de la matemática, resolución de problemas, problemas contextualizados, integración de las TIC

Abstract

The article proposes the didactic procedure for the teaching-learning process of the differential and integral calculus in the career of financial engineering on the basis of the approach and solution of problems contextualized, where is makes use of mathematical modeling and integration of ICT for the achievement of a class active, reflective and contextualized to the profession in which it is going to play the students.

Mathematics Teaching, problem solving, contextualized problems, integration of ICT

Citación: ABREU-TORIBIO, Luis, TORRES-LIMA, Pastor, y CARRILLO-CÓRDOVA, José. Consideraciones didácticas para la introducción de los problemas contextualizados y la integración de las TIC al proceso de enseñanza aprendizaje de la asignatura Cálculo diferencial e integral en la carrera Ingeniería Financiera. Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial, 2015, 1-1: 26-39

* Correspondencia al Autor (Correo Electrónico: labreu@upgm.edu.mx)
† Investigador contribuyendo como primer autor.

©ECORFAN-Spain

Introducción

La resolución de problemas y la integración de las TIC al proceso de enseñanza aprendizaje de la Matemática en los diferentes niveles y subsistemas de educación se ha convertido en una cuestión recurrente. Muchos investigadores han abordado el asunto desde diferentes perspectivas. En esta investigación la mirada es desde la incorporación de problemas contextualizados a la actividad profesional del estudiante en formación, donde la resolución de problemas se utiliza como una vía metodológica para la elaboración de conceptos, relaciones y procedimientos matemáticos a la vez que propone entrenar al alumno en el establecimiento de estrategias de solución las que podrá aplicar a la resolución de problemas prácticos de ingeniería financiera.

En el caso de las TIC la propuesta se realiza desde posiciones didácticas integrando estas a las categorías de la didáctica como un elemento mediador que influye en los objetivos, contenidos, otros medios de enseñanza, formas de organización y evaluación del aprendizaje, con un carácter renovador de lo que las tecnologías significan para la sociedad.

El contenido seleccionado es el cálculo diferencial e integral pues este es de gran importancia en la formación matemática del ingeniero financista y en la actualidad se ha corroborado que existen a pesar de los estudios realizados y proyectos realizados los estudiantes continúan presentando muchas dificultades sobre todo en lo relativo a la aplicación de los conocimientos matemáticos a la solución de problemas de la práctica.

La enseñanza de la matemática contextualizada

En la actualidad ha aumentado mucho el interés por relacionar, en el proceso de enseñanza aprendizaje, las matemáticas con los contextos reales.

En estos momentos se observa una tendencia a la sustitución de la matemática formalista por una matemática más empírica (contextualizada, realista e inductiva). Esta enseñanza de la matemática empírica presupone una concepción que considera que la matemática se puede enseñar como generalizaciones de la experiencia; una concepción de la matemática que supone que, al estudiante aprender matemática recurre a su bagaje de experiencias sobre el comportamiento de los objetos materiales.

Normalmente, se propone a los estudiantes problemas contextualizados que presentan una descripción escrita de una situación real. En relación a este tipo de problemas, es conveniente hacer una primera clasificación en función de la complejidad de los procesos necesarios para su resolución.

Por un lado, se tienen problemas contextualizados que se han diseñado para activar procesos complejos de modelización, mientras que por otro lado se tienen problemas relativamente sencillos, cuyo objetivo es la aplicación de los conceptos matemáticos previamente estudiados. Entre estos dos hay una línea continua en la que se puede situar a la mayoría de los problemas contextualizados propuestos en las clases. Además, un mismo problema puede estar más o menos cerca de uno de dichos lados en función del momento en que sea propuesto a los alumnos. (Font, 2006).

Otra clasificación puede estar dada por el momento en que se propone a los estudiantes los problemas contextualizados.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Se pueden proponer a continuación de un proceso de instrucción en el que se han enseñado los objetos matemáticos necesarios para la resolución del problema. En este caso, el objetivo es que sirvan, por una parte, como problemas de consolidación de los conocimientos matemáticos adquiridos y, por otra parte, para que los estudiantes vean las aplicaciones de las matemáticas al mundo real. A este tipo de problemas (Font y Ramos, 2005) se les llama problemas contextualizados evocados de aplicación, si son relativamente sencillos, o problemas contextualizados evocados de consolidación, cuando su resolución resulte más compleja. En ambos casos, se trata fundamentalmente de aplicar los conocimientos adquiridos previamente en el proceso de enseñanza aprendizaje.

Según Font y Ramos (2005) los problemas contextualizados se pueden proponer al inicio de un tema con el objetivo de que sirvan para la construcción de los objetos matemáticos que se van a estudiar en esta unidad didáctica y estas son las ideas seguidas para la realización de esta investigación. En este caso, no se trata tanto de aplicar conocimientos matemáticos acabados de estudiar, sino que el objetivo es presentar una situación del mundo real que el estudiante puede resolver con sus conocimientos previos (matemáticos y no matemáticos), a esta categoría se le llama problemas de contexto evocado introductorios (Font y Ramos, 2005), puesto que se proponen al inicio de un tema matemático y se han diseñado para que queden dentro de la zona de desarrollo próximo (en términos de Vygotsky).

La modelación matemática en la dirección del proceso de enseñanza – aprendizaje

La modelación matemática y la resolución de problemas están ligados al surgimiento de la matemática; sin embargo.

La modelación matemática puede considerarse un elemento importante de los métodos modernos de aprendizaje, tan modernos que todavía no han terminado de crearse todos los procedimientos para el buen desarrollo de competencias para la modelación en los estudiantes.

La formación de modelos matemáticos también constituye un componente importante del pensamiento matemático

El concepto de modelo ha estado presente en los distintos paradigmas enmarcados dentro de la escuela tradicional, así como en la nueva escuela, el conductismo, el cognitivismo, la tecnología educativa, el enfoque histórico cultural y el constructivismo.

Es importante referirse al concepto modelo matemático, donde se debe tener en cuenta que las magnitudes del sistema o medio que se estudia se modelan mediante variables matemáticas. Muchas de las relaciones entre esas magnitudes tienen un carácter funcional, por tanto, se modelan mediante funciones.

Los modelos matemáticos, González (2001) son “formas de abstracción científica en las que los rasgos esenciales del objeto real son modelados mediante herramientas matemáticas y requieren de un proceso de creación, ya que no son simples sustitutos de los objetos reales” (p. 21). Estos modelos se obtienen como resultado de una compleja actividad cognitiva, pero también como un medio para facilitar la ejecución de esa actividad. En el proceso de enseñanza aprendizaje puede ocurrir que un mismo profesor en la interacción dialéctica vaya logrando que su colectivo de estudiantes sea capaz de llegar a una realización, de un mismo objeto, por medio de diferentes modelos (geométrico, físico, gráfico, analítico, y otros), en la medida que va aumentando la comprensión del objeto por parte de dicho colectivo de estudiantes.

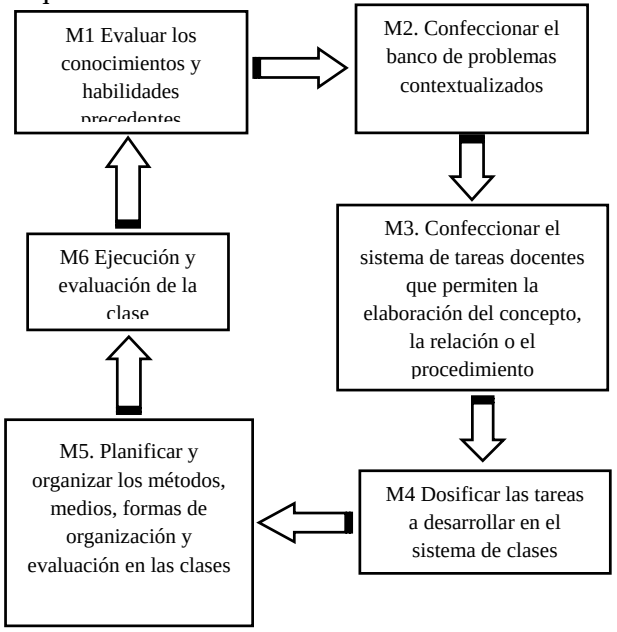
ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Un modelo se construye por medio de un proceso de abstracción del objeto real, y debe satisfacer dos requerimientos contrapuestos:

Ser suficientemente simple para que los resultados que se obtengan, puedan transferirse al objeto, medio o sistema. Lo suficientemente complejo para reflejar lo más fielmente posible la realidad, en el sentido que la mayoría de los resultados del modelo, al transferirse, correspondan a propiedades y resultados del sistema. (González, 2001, p. 20). Como la enseñanza basada en problemas es un proceso que se da dentro del sistema didáctico, para explicar su desarrollo se puede utilizar la categoría de eslabón o etapa con la misma concepción que lo ha hecho Álvarez de Zayas (1999) para el proceso docente-educativo. De esta manera, los eslabones del proceso de enseñanza aprendizaje del Cálculo Diferencial e Integral son su diseño, ejecución y evaluación.

Estos eslabones se consideran como un proceso, no como entes separados que pueden realizarse mediante seis acciones fundamentales y un conjunto de operaciones para cada acción.

Estas acciones que conforman el procedimiento se representan en el siguiente esquema:



Cada uno de los pasos del procedimiento se explica más detalladamente mediante las acciones y operaciones siguientes:

M1. Evaluar los conocimientos y habilidades precedentes que tienen los estudiantes.

En toda actividad docente, el profesor debe partir del conocimiento y habilidades que poseen sus estudiantes de acuerdo con los objetivos y los contenidos para considerar los problemas contextualizados que va a utilizar.

Al evaluar los conocimientos precedentes se tiene la posibilidad de conocer dónde están las principales dificultades de cada estudiante y trabajar de forma puntual con el fin de asegurar el nivel de partida necesario para enfrentarse al proceso de enseñanza aprendizaje.

El objetivo de esta acción es que el docente pueda determinar el estado actual de la preparación de sus estudiantes para diseñar el proceso de enseñanza aprendizaje a partir de las potencialidades y limitaciones detectadas.

M1.1 Seleccionar los sistemas de conocimientos y habilidades que se van a evaluar.

Para la selección de los sistemas de conocimientos y habilidades que se van a evaluar se debe tener en cuenta el concepto que se va a elaborar, las relaciones o los procedimientos que se van a implementar y los problemas contextualizados que se van a utilizar, así como las disciplinas con las que están relacionados dichos problemas.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Cuando se van a utilizar problemas contextualizados relacionados con otras disciplinas de la carrera se debe analizar qué contenidos de esas asignaturas el estudiante ya domina para evitar introducir conocimientos que no han sido manejados con anterioridad. Este trabajo debe realizarse en conjunto con los profesores de esas disciplinas.

M1.2. Elaborar el instrumento de evaluación.

Se confecciona el instrumento que se aplicará a cada grupo de estudiantes para lo cual se tendrán en cuenta los contenidos seleccionados en M1.1.

M1.3. Aplicar y procesar el instrumento de evaluación.

Esta acción subordinada es importante para conocer la preparación que tienen los estudiantes en los contenidos que constituyen condiciones previas necesarias para el estudio de los contenidos de la asignatura.

Además, al tener los resultados de cada uno de los estudiantes en los contenidos evaluados, el profesor se orienta en el nivel de profundidad que tendrán los problemas contextualizados que va a utilizar, sobre la situación que debe reflejar, en la forma de preguntar y de presentar el contenido y en la ayuda que será necesaria dar en cada una de las tareas para que puedan ser resueltas de forma independiente por los estudiantes.

También orienta al profesor qué estudiantes debe atender directamente en el proceso de resolución.

M2. Confeccionar el banco de problemas contextualizados teniendo en cuenta los objetivos a lograr en la asignatura y los resultados del diagnóstico.

Confeccionar el banco de problemas contextualizados conlleva al análisis del programa de la asignatura, los libros de texto básicos, los complementarios y otras fuentes de información tanto de matemática como de otras materias y el intercambio con profesores de las demás asignaturas de la carrera, incluyendo los asesores de la estadía. Hay que tener en cuenta que las exigencias del programa incluyen la integración de las TIC. Esta se concibe en dos direcciones: la utilización del Excel y asistentes matemáticos en este caso el recomendado es el wxMaxima, así como la explotación de los recursos del espacio virtual de la universidad en este caso la “Plataforma Educativa UPGM Virtual” de manera que los estudiantes se sientan más acompañados en su aprendizaje de los profesores fuera de los marcos de la clase, compartan sus experiencias con sus compañeros de curso, incluso con estudiantes de otras universidades.

Se trata entonces, en primer lugar, de seleccionar o elaborar los problemas contextualizados que se relacionen con el concepto, la relación o el procedimiento a estudiar y en segundo lugar, agrupar cada uno de estos problemas por su contexto.

Se deben seleccionar una cantidad suficiente de problemas contextualizados con el fin de poder desarrollar el trabajo en la clase y orientar las tareas para el trabajo independiente teniendo en cuenta el diagnóstico de los estudiantes.

Para cumplir con esta acción es necesario realizar las acciones subordinadas siguientes:

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

M2.1. Seleccionar o elaborar los problemas contextualizados a partir de las fuentes bibliográficas disponibles y el intercambio con demás profesores de la carrera.

En los libros de texto no siempre se encuentran problemas que permiten iniciar el estudio de un contenido; por lo que se hace necesario recurrir a otras fuentes de información para seleccionar los problemas contextualizados que irán conformando el banco, el que podrá ser enriquecido en correspondencia con situaciones nuevas que se van presentando en la propia dinámica de la actividad, a partir del intercambio con los demás profesores de la carrera.

M2.2. Agrupar los problemas según su contexto y los conocimientos matemáticos que se requieren.

En un primer momento los problemas no se encuentran agrupados por ramas del conocimiento, sino de manera general, por lo que se hace necesario agruparlos según el contexto. Para esta acción se debe tener en cuenta:

- El contexto de que se trata.
- El conocimiento matemático que es necesario para resolverlo.
- Si han visto algún problema formulado de manera similar.
- Si es un problema real, de interés, así como si es necesaria su solución por factores propios de las exigencias del desarrollo actual y perspectivo de la comunidad o en el radio de acción donde tiene posibilidades de satisfacer sus necesidades el estudiante.
- Los elementos que se conocen sobre la actividad abordada en el texto del problema.

M2.3. Incorporar el banco de problemas al espacio virtual de la universidad.

En esta acción se incorpora el banco de problemas confeccionado a la página virtual de la universidad (Anexo 9).

M3. Confeccionar el sistema de tareas docentes que permiten la elaboración del concepto, la relación o el procedimiento que se requiere para modelar los problemas contextualizados teniendo en cuenta la integración de los recursos informáticos.

Esta es una de las acciones más importantes del procedimiento, ya que la elaboración de conceptos, relaciones y procedimientos desempeña un importante papel en el proceso de enseñanza aprendizaje de la Matemática.

En la formación del ingeniero la elaboración de conceptos, relaciones y procedimientos matemáticos debe hacerse de manera tal que este resulte susceptible de ser aplicado a la solución de problemas prácticos de la profesión, no se trata del aprendizaje de la matemática por la matemática misma, se trata de una matemática contextualizada a los problemas que en la actividad práctica va a tener que enfrentar. En este contexto la elaboración de conceptos está muy ligada al establecimiento de relaciones y procedimientos para enfrentar la resolución de los problemas contextualizados que se le presenten.

Con los problemas contextualizados que se proponen se pretende:

Familiarizar a los estudiantes con situaciones reales, interesantes, variadas y a la vez simples. Estas situaciones reales deben ser cuestiones que les interesen a los estudiantes (cuestiones de la vida diaria, del entorno, de la práctica profesional) que se hallen a su alcance cognitivo.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Iniciar al estudiante en el trabajo, dándole seguridad. Para resolver los problemas se debe partir de su formación anterior y su intuición que se conoce a partir del resultado del diagnóstico. Por tanto, deben ser sencillos y claramente orientados para facilitar su resolución.

Preparar la aproximación a un nuevo concepto, relación o procedimiento.

Para la elaboración y desarrollo de un concepto, relación o procedimiento, es necesario asumir determinada línea de trabajo.

Esta línea de trabajo posibilita determinar de qué forma, por medio de qué problemas relacionados con la actividad de su cotidianidad o de una posible cotidianidad, al encontrar el modelo matemático que le da solución, se va a formar y a desarrollar el concepto, la relación o el procedimiento, utilizando los recursos informáticos para la búsqueda, elaboración y aseguramiento del nuevo conocimiento, es preciso tener en cuenta que para el Cálculo Diferencial e Integral los recursos informáticos se pueden utilizar para racionalizar el trabajo, pero sobre todo con fines de visualización y experimentación.

Es necesario también determinar la vía que se va a utilizar que puede ser deductiva o inductiva. En el caso de la formación de ingenieros la vía inductiva resulta más adecuada en la mayoría de los casos, pues permite partir de casos particulares que después pueden generalizarse garantizándose una comprensión mayor.

Este momento del procedimiento pretende seleccionar las tareas docentes que más puedan contribuir a la elaboración de los conceptos, las relaciones y procedimientos que se desean implementar y a lograr el cumplimiento de los objetivos de la unidad.

Las tareas se pueden concebir para que los estudiantes las puedan realizar en la clase y fuera de ésta, vinculadas a la búsqueda y adquisición de los conocimientos y al desarrollo de habilidades y de otras formaciones de la personalidad. Encontramos distintas tipologías de tareas, pero en el caso que nos ocupa se puede utilizar la tipología referida por Labarrere (1987, pp. 23-24), en la cual las tareas se diferencian, según la exigencia, en tareas de determinación, tareas de construcción y tareas de demostración.

Las tareas de estos grupos según Ruiz (2002) deben tener en cuenta el desarrollo alcanzado por los estudiantes en las esferas cognitiva y afectiva, los objetivos de la unidad de aprendizaje, las características del contenido, del contexto y la forma de organizar el grupo – clase para realizarlas. En las tareas para la elaboración de conceptos, relaciones y procedimientos se identifican tres tipos:

- Tareas y ejercicios preparatorios.
- Tareas para la formación del concepto, la relación o el procedimiento.
- Tareas para la fijación.

M3.1. Tareas y ejercicios preparatorios previos.

Mediante las tareas y ejercicios los estudiantes se familiarizaran con fenómenos y formas de trabajo necesarios para más tarde poder relacionar lo inmediatamente con el concepto, la relación o el procedimiento.Las tareas y ejercicios preparatorios pueden ser problemas que tengan en cuenta tanto situaciones de carácter extramatemático como intramatermático en contenidos tales como: propiedades de los números reales, la recta numérica, los intervalos y su representación gráfica, factorización, exponentes y radicales, simplificación de expresiones algebraicas,

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Pendiente de una recta a partir de la gráfica y a partir de la ecuación, concepto de variable, funciones, dominio e imagen de una función, representación e identificación de funciones, clasificación de las funciones por su naturaleza y por sus propiedades, operación y composición de funciones, entre otros.

M3.2. Tareas para la formación del concepto, la relación o el procedimiento.

Al elaborar las tareas para esta etapa el docente debe tener en cuenta que la formación de conceptos, relaciones y procedimientos en la enseñanza de matemática tiene sus especificidades en cada caso; para la elaboración de conceptos por vía inductiva según Ballester y otros (1992) se inicia con la creación del nivel de partida, la motivación y la orientación hacia el objetivo, continúa con la separación de las características comunes y no comunes, hasta llegar a la definición o explicación del concepto. Los asistentes matemáticos permiten representar un objeto tanto en el registro analítico como gráfico, además de que permiten trabajar con tablas de valores y realizar cálculos simbólicos, lo que facilita este proceso.

Lo esencial está en reconocer y buscar un sistema de características necesarias y suficientes. Del reconocimiento de las características depende la posterior fijación del concepto; por ese motivo las tareas deben estar encaminadas hacia ese fin. Por otra parte, los procesos de paso al límite se pueden visualizar muy bien con ayuda de los asistentes matemáticos. Esto no significa que no se puedan elaborar también conceptos por vía deductiva. Para la elaboración de una relación por vía inductiva se orienta que se debe partir también de la motivación y la orientación hacia el objetivo, realizar exploraciones –eventualmente con ayuda de los asistentes matemáticos– que permitan formular la hipótesis del teorema y demostrar su validez en los marcos de la teoría de que se trate.

Sobre si en los cursos de matemática para ingenieros es necesario realizar las demostraciones de los teoremas que forman parte del contenido matemático que se trata hay ideas encontradas, de una parte se plantea que no es necesario y constituye una pérdida de tiempo y de otro, que es necesario porque de lo contrario se perdería el formalismo que es parte integrante de la formación matemática del estudiante. En esta propuesta el criterio es que sólo debe exigirse la demostración de aquellos teoremas que aporten un procedimiento esencial para la formación profesional, dejando a elección del estudiante el estudio de las restantes demostraciones, que las puede encontrar en textos de la asignatura. El realizar demostraciones contribuye a la comprensión de lo que se hace por qué se hace y para que el estudiante pueda comunicarse y representar sus ideas en el lenguaje matemático.

Para la elaboración de un procedimiento o algoritmo matemático a partir del planteamiento de un problema contextualizado se debe utilizar una vía heurística.

M3.3. Tareas para la fijación del concepto, la relación o el procedimiento.

En la etapa de fijación se debe tener en cuenta elaborar tareas para la ejercitación, profundización, sistematización y aplicación de lo estudiado.

Las tareas pueden ser de situaciones intramatemáticas o extramatemáticas y el profesor debe ir combinando adecuadamente cada una de ellas.

No es suficiente determinar los conocimientos que deben asimilar los alumnos ni las habilidades y capacidades que estos deben desarrollar.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Es necesario considerar también las diferentes formas en que se representa el contenido en cuestión, su relación con otros y las situaciones en que tiene sentido su aplicación, atendiendo además a los fines educativos que se persiguen.

Esto posibilita determinar las clases de problemas y de manera más general, los tipos de tareas que se deben tener en cuenta (…), que no son más que un conjunto de tareas que requieren de una misma habilidad y conocimientos específicos para su resolución. (Álvarez, Carazo, Villegas, 2014, p. 9)

Por ejemplo, cuando se apliquen las derivadas para el análisis de funciones no se pueden plantear solo tareas que exijan realizar el esbozo del gráfico de una función, sobre todo si se tiene en cuenta que hoy cualquier asistente matemático grafica fácilmente una función, también se requiere que a partir del registro gráfico de una función los estudiantes identifiquen en que intervalos la primera, segunda o tercera derivada es mayor, menor o igual a cero para extraer inferencias en relación con una situación del contexto profesional, o que valoren qué consecuencias tiene para el gráfico de dos funciones que modelan una situación de la realidad, con igual signo de la derivada de un orden dado en un intervalo, que esta derivada tenga valores absolutos distintos para cada una de estas funciones, entre otros ejemplos (Cantoral, 2013).

Las tareas concretas que se propondrán para todo el sistema de clases considerarán la tipología de tareas, tanto por su contenido como por su forma. Además, deberá atenderse al nivel de asimilación de dichas tareas. Todos los estudiantes deben someterse al mismo tipo de tareas, aunque no logren sus objetivos al mismo nivel en un momento determinado.

M4. Dosificar las tareas a desarrollar en el sistema de clases.

Esta acción va dirigida a que los profesores seleccionen de acuerdo con la lógica de estructuración de los contenidos las tareas que serán utilizadas para la introducción, elaboración y fijación de los conceptos, las relaciones o procedimientos de que se trate.

M5. Planificar y organizar los métodos, medios formas de organización y evaluación en las clases aprovechando los recursos informáticos.

Se considera necesaria esta acción con el objetivo de que el docente integre los resultados de las acciones realizadas con anterioridad.

Algunos aspectos a tener en cuenta para la planificación y organización del trabajo a realizar son:

- Organizar la actividad y la comunicación de los estudiantes.

- Prever los procedimientos didácticos y los medios para atender a dicho trabajo. En el espacio virtual de la universidad se deben incluir las Consideraciones didácticas que sirven de soporte a esta tesis.

- Potenciar el trabajo en equipo en las clases y el colaborativo en la “Plataforma Educativa UPGM Virtual de la universidad.

- Crear una lista de distribución a la que se incorporen los estudiantes y profesores; así como una lista de sitios de internet que pueden ser visitados, donde se aborda esta temática.

La propuesta didáctica del autor para la resolución de problemas contextualizados y la integración de las TIC se puede sintetizar como sigue:

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

1. Determinación de los objetivos y contenidos, tanto de la matemática, como de las demás asignaturas de la carrera con el fin de seleccionar o buscar los problemas contextualizados que se propondrán.

2. Análisis de los problemas aprovechando los recursos informáticos con fines heurísticos.

3. Incluir los temas y conceptos matemáticos necesarios para modelar matemáticamente.

4. Determinar el modelo matemático.

5. Dar la solución matemática mediante la aplicación del modelo aplicando los recursos informáticos.

6. Análisis de la solución y del procedimiento a la luz de la interpretación matemática del planteamiento inicial del problema.

7. Comprobar o validar la solución en términos del contexto.

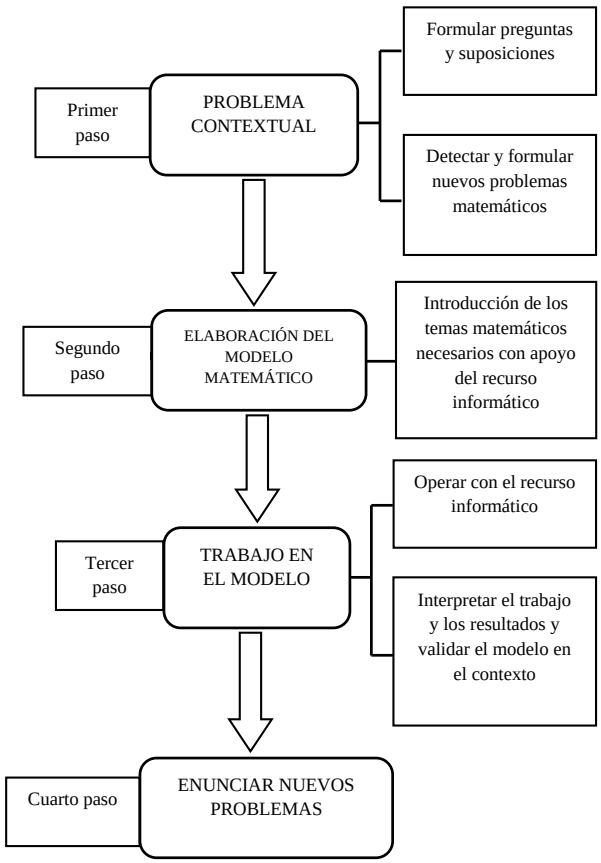
8. Plantear nuevos problemas, analizar la posibilidad de transferencia de los métodos y procedimientos, valorar la utilidad de las tecnologías, ejecución propia y de los demás compañeros, reflexionar sobre la satisfacción en la actividad.

El procedimiento que se propone, se diferencia del tradicional, pues presenta ventajas con respecto a este (en lo que se refiere a la elaboración de conceptos, relaciones o procedimientos); son importantes los aspectos siguientes:

- Los conocimientos adquieren sentido para los estudiantes porque los aprenden a partir de problemas reales, de la cotidianidad, de otras ciencias o de su futuro contexto laborar.

- Se potencia que los objetivos se alcancen a un nivel superior como resultado de la integración de las TIC, por ejemplo, en vez de una definición verbal (que supone una actitud pasiva por parte de los estudiantes), se procura su obtención con la participación de estos aprovechando las tecnologías, lo que facilita el paso a la abstracción.

La propuesta del autor para la modelización matemática debe realizarse según el siguiente esquema.



ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

M6. Ejecución y evaluación de las clases.

La actividad que deberá llevarse a término en la clase se centrará en el planteamiento de problemas contextualizados que al encontrar el modelo matemático que permite resolverlo se produce el aprendizaje, en la consideración de las cuestiones matemáticas que puedan surgir y en la crítica e información que se comparte del trabajo, entre los estudiantes o grupos de estudiantes. Esto permite llegar a una definición del concepto, a establecer la relación o el procedimiento que puede surgir de una puestaen común y discusión animada por el profesor. A partir de aquí, se pasa a la fijación del conocimiento por los estudiantes. En relación con la evaluación, se considerará el diseño, ejecución y resultados del proceso de enseñanza aprendizaje que discurre a través de las clases a mediano y corto plazo, en lo que resulta fundamental la labor critica que realice el profesor de estos aspectos para los cual considerara las opiniones de directivos, otros profesores y estudiantes. Los profesores de otras asignaturas deberán acreditar de acuerdo con determinados indicadores el avance de los estudiantes. Se recomienda abrir un Foro con temas a debate relacionados con la asignatura (Anexo 10), para profesores y estudiantes, que sirva también para evacuar las dudas de estos últimos y su evaluación. Diversas situaciones de las finanzas tienen como modelo una expresión donde se involucra el cálculo del límite de una función, la derivada o la integral, de lo que se trata es de identificar estas situaciones contextuales, convertirlas en problemas y mediante su solución introducir o consolidar el concepto, la relación o el procedimiento matemático que se desea elaborar o fijar, de manera que el conocimiento matemático no sea descontextualizado del campo de aplicaciones del estudiante en formación.

Desde el punto de vista didáctico se recomienda que para las clases los profesores consideren la realización de actividades que promuevan que el proceso de enseñanza aprendizaje sea activo, reflexivo y contextualizado para lo cual tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- Derivar del programa de la asignatura los objetivos de la clase, con la integración de las TIC el profesor debe plantearse alcanzar el objetivo a un mayor nivel, o sea el nivel de exigencia debe ser mayor; a partir de los objetivos se estructuran los contenidos de acuerdo con la flexibilidad que el programa permite. El profesor deberá hacer un análisis de qué otros contenidos pudieran introducirse.
- Formular preguntas y proponer tareas que promuevan el razonamiento por parte de los estudiantes, o sea las preguntas deben tener un enfoque polémico que promueva que los estudiantes emitan sus opiniones y valoraciones.
- El profesor debe dar tiempo a que los estudiantes reflexionen, piensen, razonen, no debe precipitarse a ofrecer una respuesta a la pregunta por él formulada.
- Proponer problemas contextualizados del modo que aquí se ha expuesto.
- Proponer actividades diferentes en la clase según las particularidades de los estudiantes, no todos tienen las mismas posibilidades, capacidades y desarrollo en sus habilidades.
- Se debe promover que los estudiantes se encuentren el máximo del tiempo realizando actividades productivas tales como formular preguntas, responder las preguntas que el profesor formula, relacionar los nuevos contenidos con los anteriormente aprendidos, tomar notas, aportar ideas para la solución de los problemas que se plantean y realizar valoraciones.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

- El profesor debe utilizar los errores que comenten los estudiantes para que ellosmismos superen sus dificultades mediante los impulsos que se les ofrecen y profundicen en el contenido, realizar resúmenes parciales y destacar las conclusiones del trabajo desarrollado en la clase a partir de los objetivos que se propuso; así como estimular a que los estudiantes también lo hagan durante el estudio independiente.
- Se debe organizar el proceso de enseñanza aprendizaje de manera que se puedan combinar en las clases las actividades frontales expositivas, el trabajo grupal, el trabajo individual y el colaborativo incluso interaccionar con estudiantes de otras universidades utilizando los recursos del espacio virtual de la universidad y los de internet.
- Debe preocuparse porque en el aula existan las condiciones para el uso de las TIC, prepararse en el uso del asistente matemático seleccionado (wxMaxima recomendado) y exigir que los recursos se utilicen de una manera segura, legal y responsable.

A continuación se ofrece un ejemplo de la aplicación de la acción M5 (Planificar y organizar los métodos, medios formas de organización y evaluación en las clases). Esta acción estructurada en cuatro pasos se aplicó para introducir el concepto de límite infinito cuando la variable independiente tiende a un valor finito, que corresponde a la primera unidad de aprendizaje de la asignatura. La aplicación a los restantes contenidos aparece en el Anexo 11.

Conclusiones

Las consideraciones didácticas para la introducción de los problemas contextualizados propone considerar la enseñanza por medio de problemas como un proceso que está conformado por los eslabones diseño.

Ejecución y evaluación que transcurre por cinco acciones: evaluar los conocimientos precedentes que tienen los estudiantes, confeccionar el banco de problemas contextualizados que se relacionen con el concepto objeto de estudio, confeccionar y recopilar tareas docentes encaminadas a que los estudiantes modelen situaciones prácticas que permitan la elaboración del concepto, el establecimiento de la relación o el procedimiento matemático, dosificar el sistema de conocimientos a enseñar en la unidad de aprendizaje y planificar el trabajo a desarrollar en clases su ejecución y evaluación. Este proceso es cíclico en tanto los conocimientos adquiridos se convierten en conocimientos precedentes para el abordaje de nuevos contenidos. La integración de las TIC se concibe desde una concepción didáctica que promueve la utilización del espacio virtual de la universidad, el Excel y el asistente matemático wxmaxima para la resolución de los problemas contextualizados.

Referencias

ASIBEI (diciembre, 2003). Declaración de Madrid. Actas del IV Congreso de la Asociación Iberoamericana de Instituciones de Enseñanza de la Ingeniería. Madrid.

Calzado, D. (1999). Curso de metodología de la enseñanza aprendizaje. La Habana, Cuba: Universidad de Ciencias pedagógicas Enrique José Varona.

Camarena, P. (1987). Diseño de un curso de ecuaciones diferenciales en el contexto de los circuitos eléctricos. (Tesis de Maestría), CINVESTAV-IPN, México.

Camarena, P. (2008). Teoría de la Matemática en el Contexto de las Ciencias. Actas del III Coloquio Internacional sobre Enseñanza de las Matemáticas, Conferencia Magistral, Perú.

Camarena, P. (septiembre/diciembre, 2008). La modelación matemática en la formación del ingeniero. R. B. E. C. T., 5(3).

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Campistrous, L. y Rizo, C. (2013). La resolución de problemas en la escuela. Actas del VII CIBEM, p. 343 – 354. 16 al 20 de septiembre de 2013. Montevideo, Uruguay.

Cantoral, R. y Mirón, H. (2000). Sobre el estatus de la noción de derivada: De la epistemología fe Joseph Louis Lagrange al diseño de una situación didáctica. Revista Latinoamericana de Investigación en Matemática Educativa. México, 3(3), 265–293.

Dujet, C. (2005). Matemáticas para Ingenieros. Conferencia pronunciada en México y Monterrey, mayo de 2005. Recuperado de http://www.m2real.org/spip.php?article2&lang=fr

Font, V. (marzo, 2006). Problemas en un contexto cotidiano. Cuadernos de Pedagogía. 355(3), 52-54.

Gascón, J. (1994). El papel de la Resolución de Problemas en la Enseñanza de las Matemáticas. Revista Educación Matemática, 6(3), 37-51.

Gil, D. y de Guzmán, M. (1993). Enseñanza de las Ciencias y la Matemática Tendencias e Innovaciones. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura: Popular.

Gil, J. L. y Díaz, R. (2013). Calculo diferencial para cursos con enfoque por competencias. Primera edición. México: Pearson Educación.

González, B. E. (2001). La preparación del profesor para la utilización de la modelación matemática en el proceso de enseñanza – aprendizaje. (Tesis doctoral). UCLV. Santa Clara. Cuba

Ibarra, S. E. (2008). La Transposición Didáctica del Álgebra en las Ingenierías. El Caso de los Sistemas de Ecuaciones Lineales (Tesis doctoral) Instituto Politécnico Nacional, México. Recuperada de http://www.matedu.cicata.ipn.mx/tesis/doctorado/ibarra_2008.pdf

Méndez, D. (diciembre, 2007). Nuevos retos en la formación de ingenieros. Ciencias de la Educación, 17(30), 223 – 231.

Muro, C. R. (2004). Análisis del conocimiento del estudiante relativo al campo conceptual de la series de Fourier en el contexto de un fenómeno de la transferencia de masa (Tesis doctoral). Instituto Politécnico Nacional). México, D.F. Recuperada de: http://www.matedu.cicata.ipn.mx/tesis/doctorado/muro_2004.pdf

Polya, G. (1982). Cómo plantear y resolver problemas. Serie de Matemáticas. 10ma. Reimpresión. México: Trillas.

Rivera, A., García, M. R. y Díaz, M. (2013). Comprensión de los significados de la Derivada. Un estudio con profesores de Bachillerato y una propuesta didáctica en ambientes virtuales. En Rojano, M.T. (Coordinación). Las tecnologías digitales en la enseñanza de las matemáticas. pp. 37 – 67. Editorial Trillas.

Rodríguez del Castillo, M. A. (2005). La estrategia como resultado científico de la investigación educativa. Centro de Ciencias e Investigaciones Pedagógicas. Universidad de Ciencias Pedagógicas Félix Varela. Villa Clara, Cuba.

Santos, L. M. (2010). La resolución de problemas matemáticos. Fundamentos cognitivos. Primea edición. México, D. F.: Trillas.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Schoenfeld, A. H. (1995). Ideas y tendencias en la resolución de problemas. Argentina: EDIPUBLI S.A.

Torres, P. (1997). Influencia de la computación en la enseñanza de la Matemática. Sancti Spíritus, Cuba. (Tesis doctoral) Instituto Central de Ciencias Pedagógicas. La Habana, Cuba.

Torres, P. (2005). Didáctica de las tecnologías de la información y la comunicación. Curso de pedagogía. Palacio de las convenciones. La Habana.

Vega, L. R. (junio, 2013). La educación en ingeniería en el contexto global: propuesta para la formación de ingenieros en el primer cuarto de siglo del siglo XXI. Ingeniería Investigación y Tecnología 14(2), 177 – 190.

Villalón, J. (2006). Bases estadístico-matemáticas para economistas financieros. V Jornadas ASEPUMA. Departamento de Economía Aplicada (Matemáticas). Universidad de Valladolid. pp. 337 – 349.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Artículo **Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial**
Septiembre 2015 Vol.1 No.1 40-54

Opciones de financiamiento del sector privado mexicano

LAPA, Javier*†`

`UAEM

Recibido 8 de Enero, 2015; Aceptado 7 de Mayo, 2015

Resumen

Durante los últimos treinta años, el Sistema financiero mexicano ha experimentado una serie de reformas derivadas de la adopción del modelo neoliberal de crecimiento, entre las que destacan las relacionadas con el proceso de liberalización financiera, llevada a cabo bajo la lógica del pensamiento ortodoxo, que supone una relación positiva entre el desarrollo del sector financiero y el productivo, principalmente porque a través de la apertura del sistema financiero, se incentiva la competencia, con lo que se mejoran las condiciones de acceso al crédito y de asignación del mismo, aspectos que contribuyen al fortalecimiento del aparato productivo nacional. En el presente trabajo, se analiza la evolución de las distintas fuentes de financiamiento a las que tiene acceso el sector privado, con el objetivo de mostrar que dicha relación positiva entre sectores, no ha logrado materializarse en el caso de la economía mexicana.

Sistema financiero, crédito, empresas y crecimiento económico

Abstract

During the last thirty years, the Mexican financial system has experienced a series of reforms resulting from the adoption of neoliberal growth model, among which stand those related to financial liberalization process, conducted under the logic of orthodox thought, involves a positive relation between financial sector development and the productive sector, mainly because through the opening of the financial system, competition is stimulated, so that the conditions of access to credit and assignment thereof are improved, aspects to contribute to strengthening of the national productive sector. This paper analyzes the evolution of the different sources of financing to the private sector have access with the objective to show that the positive relationship between sectors, has not been reached in the case of the Mexican economy.

Financial system, credit, companies and economic growth

Citación: LAPA, Javier. Opciones de financiamiento del sector privado mexicano. Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial, 2015, 1-1: 40-54

* Correspondencia al Autor (Correo Electrónico: jlapag@uaemex.mx)
† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

La economía mexicana en los últimos treinta años ha experimentado una serie de cambios derivados de la adopción del modelo neoliberal de crecimiento, entre los que destaca el acelerado crecimiento del sector financiero, tanto en términos de ganancias generadas, como en su grado de importancia en la estructura económica del país. Dicho crecimiento fue impulsado a través de las diversas reformas hechas al Sistema Financiero Mexicano, con el objetivo de mejorar los canales y términos de acceso al crédito para el sector productivo.

Es decir, lo anterior bajo la lógica del pensamiento ortodoxo, que considera la existencia de una relación positiva entre el desarrollo del sector financiero y el productivo, principalmente debido a dos aspectos, el primero, relacionado con la reducción en el costo del crédito otorgado por las instituciones bancarias, ya que al desregular el sistema financiero, se promueve la competencia entre sus participantes, lo que debería traducirse en mejores términos de financiamiento para las empresas. Y el segundo, referente a una mejor asignación de los recursos disponibles, ya que las instituciones bancarias priorizaran las mejores opciones de inversión, comportamiento que contribuirá a la estabilidad del sistema en su conjunto. De esta manera se da por sentado, que el desarrollo del sector financiero tendrá un efecto de arrastre sobre el productivo (Mckinnon, 1974).

Sin embargo, tomando como referencia a autores como Östürk (2011), Machinea (2009) y Stockhammer (2009), que sostienen que la evidencia hasta ahora presentada no es concluyente respecto a que la relación entre sectores sea de sentido positivo, debido a una serie de distorsiones que se gestan a lo largo del proceso de desregulación financiera que sigue un país al adoptar el modelo neoliberal.

Se considera pertinente analizar la evolución de las distintas opciones de financiamiento a las que tiene acceso el sector privado mexicano. De esta manera será posible determinar no sólo si las distintas reformas llevadas a cabo en materia financiera han generado los resultados esperados, sino que también, si en el caso mexicano, la relación entre los sectores antes mencionados es de sentido positivo o no.

Para ello, a continuación se analiza el comportamiento de las principales opciones de financiamiento, a las que las distintas empresas en México tienen acceso. Con el objetivo de determinar si efectivamente el desarrollo del sector financiero ha propiciado el primero de los efectos positivos esperados sobre el sector productivo, es decir, el mejoramiento de los canales de crédito; de ser así, la relación positiva postulada por el pensamiento ortodoxo quedaría evidenciada, pero si el efecto es distinto, entonces se avanzaría en la hipótesis contraria. Dicho de otro modo, cabría esperar que las empresas mexicanas gozaran de un mejor y mayor acceso al crédito proveniente de la banca comercial. Lo que implicaría una reducción, en términos de participación en el crédito total de dichas empresas, del otorgado por la banca de desarrollo, sin embargo, si la primera condición no se cumpliera, entonces la banca de desarrollo debería presentar un papel preponderante como fuente de financiamiento, principalmente para las pequeñas y medianas empresas manufactureras, por lo tanto, el análisis no solo debe reducirse al comportamiento de la banca comercial, sino también, al de la banca de desarrollo. Por otro lado, tampoco debe excluirse al mercado bursátil, cuyo desarrollo, resultado directo de las distintas reformas financieras llevadas a cabo, teóricamente deberían constituirlo como una fuente de financiamiento atractiva para las empresas.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

A partir del análisis de las tres opciones de financiamiento antes mencionadas, será posible identificar otras modalidades de crédito que presenten un grado de participación importante en el crédito total de las empresas. Para esto se analizarán los resultados de la *Encuesta de evaluación coyuntural del mercado crediticio*, que ofrece información sobre la composición del crédito por tamaño y tipo de empresa.

El presente trabajo está estructurado de la siguiente manera. En la segunda sección se analizan las características del crédito otorgado por la banca comercial al sector privado y se evalúa el papel de la banca de desarrollo, en el mercado crediticio. Posteriormente, se analiza la situación del mercado bursátil, con el objetivo de determinar si constituye una verdadera opción de financiamiento para las empresas del país, o no. En la cuarta sección se analiza la composición del crédito al sector privado por tamaño y tipo de empresa, por lo que se estudiará el nivel de participación de otras fuentes de financiamiento, como el crédito de proveedores y el proveniente del extranjero. Se cierra el capítulo con las conclusiones.

Financiamiento otorgado por el sector bancario

Si se analiza el comportamiento del crédito otorgado por la banca comercial como porcentaje del crédito total otorgado al sector privado, resulta fácil observar la tendencia descendente que ha seguido, por ejemplo, en 1998 representaba el 55%, y quince años después únicamente el 40.4% (véase cuadro 1). Lo anterior no es resultado de un comportamiento negativo de la relación entre los activos bancarios y el PIB, dado que como se puede observar en el anexo 1, ésta presenta una tendencia creciente.

Sin embargo, los cambios en el crédito bancario no son únicamente de carácter cuantitativo, sino que también, se ha modificado su composición, tornándose prioritarios los préstamos al consumo y vivienda, mientras que el crédito a empresas ha disminuido sensiblemente, como se muestra en la gráfico 1.

	1998	2002	2006	2010	2013
Total	6115203	7044745	10271014	15791711	21895085
PIB	23.5	24.1	26.0	24.6	25.7
Banca comercial	55.0	34.3	39.6	39.7	40.4
Banca de desarrollo	4.2	4.5	2.0	2.4	3.7
Factoraje	0.4	0.5	0.5	0.0	0.0
Arrendadoras	0.7	0.7	1.0	0.1	0.0
Uniones de Crédito	0.7	0.5	0.6	0.6	0.6
SOFOL	1.5	5.7	7.3	1.5	0.0
Emisión de instrumentos de deuda	3.3	5.8	6.0	6.4	6.1
INFONAVIT	7.6	17.0	18.1	17.7	16.7
FOVISSSTE	0.0	0.0	0.0	3.7	2.7

Tabla 1 Componentes del crédito total (millones de peso y porcentajes)

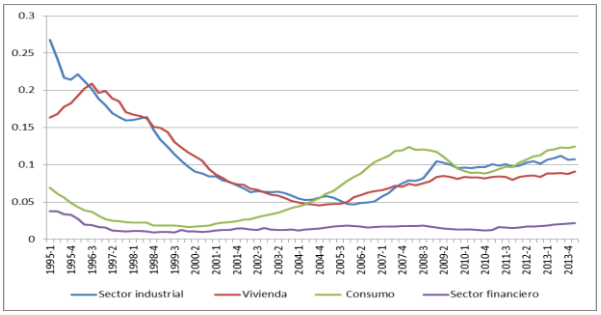


Gráfico 1 Destino del crédito otorgado por la Banca comercial (% PIB)

Respecto al crédito total a empresas, el de tipo bancario a pesar de que presenta un comportamiento a la alza, constituye la tercera opción de financiamiento en orden de importancia, frente a la tendencia creciente del otorgado por fuentes no bancarias, que se muestra con mayor dinamismo. Sin embargo, la situación es distinta en el caso del crédito otorgado a consumo y vivienda, en el primero, el crédito otorgado por el sector bancario constituye la fuente más importante de financiamiento, mientras que en el rubro de vivienda, dicho crédito presenta una clara tendencia a la alza (véase gráfico 2).

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

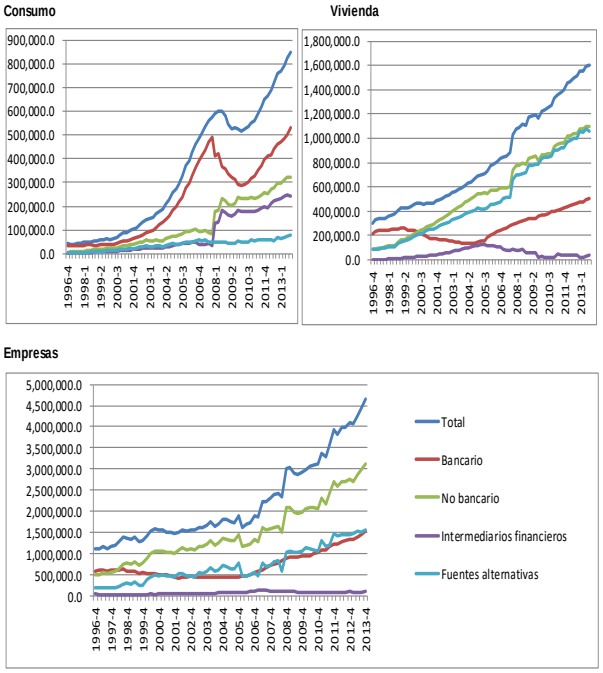


Gráfico 2 Crédito a consumo, vivienda y empresas por fuentes de financiamiento (MDP)

En el caso de la banca comercial, la reducción en el crédito otorgado a las empresas, obedece a distintos factores, uno de ellos se relaciona con las elevadas tasas de interés cobradas. En este sentido, la Encuesta de evaluación coyuntural del mercado crediticio, realizada por el Banco de México, señala que del total de empresas encuestadas en 2014, el 45.2% considera como principal limitante para solicitar u obtener un crédito bancario, las elevadas tasas de interés imperantes en el sistema bancario mexicano, lo que se agrava en el caso de las pequeñas y medianas empresas, para las que esta opción representó el 54.3% de sus respuestas, mientras que paras las grandes empresas, el porcentaje fue menor, 39%, además, se debe considerar que estas últimas cuentan con mejores opciones de financiamiento, por ejemplo, acceso al crédito proveniente de fuentes extranjeras. De esta manera se configura una doble restricción, por un lado, gran parte de las empresas desisten de pedir crédito al sector bancario por las elevadas tasas de interés; y por el otro, existe una limitada oferta de crédito por parte de las instituciones bancarias.

En 2011, el porcentaje del total de empresas que no obtuvieron un crédito fue de 68.7%, mientras que durante el primer trimestre de 2014 fue de 72.3%, en el caso de las pequeñas y medianas empresas el porcentaje es aún mayor, 79.7%, para las manufactureras, 76%, y sólo en el caso de las grandes empresas, el dato es menor al promedio, 67.9% (véase cuadro 2). Lo anterior dificulta poder argumentar una mejor y homogénea asignación de los recursos bancarios; es decir, la banca comercial no ha consolidado el vínculo con el sector productivo como se esperaba.

Al respecto, autores como Stockhammer (2009) y Velázquez (2006) sostienen que lo anterior se debe a que dicho vínculo, dejó de ser del todo necesario para la banca, debido a la paulatina capacidad que ha adquirido, para obtener ganancias no relacionadas con actividades productivas. De esta manera, la banca comercial perdió el interés en realizar su actividad primordial, es decir, servir como intermediario entre el sector financiero y el productivo, optando por la intermediación de valores gubernamentales y la negociación de productos financieros derivados. En este sentido, la reducción del crédito al sector productivo no ha afectado su margen financiero, que ha logrado niveles sin precedentes (véase anexo 2). Si se considera que los bancos persiguen un margen financiero libre de riesgos, resulta lógica la inversión de sus recursos en valores gubernamentales, a pesar de que con ello se restringa el crédito al sector productivo (Mántey, 2013). De hecho, considerando dicha aversión al riesgo y el que la liquidación de los créditos de las empresas depende de los flujos de retorno de éstas, es posible explicar en gran medida el viraje en el destino de los recursos bancarios hacia los rubros de consumo y vivienda, además de que las tasas de interés cobradas a las empresas son menores que las fijadas a los créditos al consumo.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

En este punto, es importante considerar la estructura oligopólica que presenta la banca mexicana, y que le permite fijar elevadas tasas de interés activas; a diferencia de las tasas reales de depósito que se han mantenido por debajo de los Certificados de Tesorería (Cetes) a 28 días (véase anexo 2). Con lo que se ha configurado la situación inversa a la que sostiene la teoría de la represión financiera (McKinnon, 1974), según la cual, las tasas de interés pasivas se incrementarían como resultado de las políticas de desregulación y liberalización financiera; que se suponía estimularían la competencia en el mercado bancario. Sin embargo, en el caso mexicano, el mercado de depósitos se ha convertido en la fuente más barata de liquidez para la banca comercial. Otro de los factores a considerar es que la posi¬ción privilegiada que tienen los bancos en el mercado de dinero, reduce su disposición a competir por recursos en el mercado organizado de capitales, y con ello respaldar la inversión productiva; claro que también esto implica un serio obstáculo para el desarrollo del mercado privado de capitales. En la siguiente sección se desarrollará este punto, sin embargo, cabe señalar que los principales instrumentos financieros que se negocian en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) son títulos gubernamentales y participaciones de capital de un re¬ducido número de grandes empresas. En el cuadro 3 puede apreciarse que el sector público emite el 75% del total de títulos de deuda que se negocian en el mercado bursátil local, en tanto que la banca comercial sólo coloca el 4.6%, y el sector privado no financiero el 4.2%.

	2011		2012		2013		2014	
	NC	Ti	NC	Ti	NC	Ti	NC	Ti
Total de empresas	68.7	50	68.2	46.5	68.7	41.4	72.3	45.2
Con hasta 100 empleados	74.8	62.3	75.3	54.3	74.4	49	79.7	54.3
Con más de 100 empleados	65.2	41.8	64.7	40.8	65.2	36.1	67.9	39
Manufactureras	64.1	38.3	68.1	35.5	65.6	31.1	76	41.5
De servicios y comercio	73.1	55.8	70.1	50.2	71.2	44.2	71	47.5

NC: Porcentaje de empresa que no recibieron créditos bancarios

Ti: Porcentaje de empresas que consideran a las altas tasas de interés como la principal limitante para solicitar crédito

Tabla 2 Acceso a crédito bancario por tamaño de empresa.

Sectores	Miles de millones de pesos	% del Total
Total	8244.5	100.0
Emisones del sector público	6227.9	75.5
Instituciones no financieras públicas	287.9	3.5
Instituciones financieras Públicas	1306.3	15.8
Banco de desarrollo	440.9	5.3
Gobierno Federal	4106.8	49.8
Estados y municipios	86.0	1.0
Emisones del sector privado	870.7	10.6
Instituciones no financieras privadas	350.0	4.2
Instituciones financieras privadas	520.7	6.3
Banca comercial	376.3	4.6
Instituciones financieras privadas no bancarias	144.4	1.8
Emisiones de no residentes	11.1	0.1

Tabla 3 Títulos de deuda emitidos en el mercado local (30 de abril de 2014).

Así, los bancos han mantenido su rentabilidad, al tiempo que han reducido el riesgo de sus inversiones, a pesar de que en el proceso, se haya descuidado el financiamiento a la actividad productiva, y es que han volcado su atención y recursos hacia la venta de instrumentos de cobertura para administración de riesgos, la intermediación de valores gubernamentales en operaciones de reporto, y operaciones con derivados, que les ofrecen altos rendimientos, operaciones sin riesgo de crédito y un mercado autorregulado que los protege de posibles medidas de política monetaria adversas. La gráfica 3 muestra las principales actividades de la banca privada, según el valor que representan en los recursos totales. Resulta evidente la creciente importancia que han adquirido los instrumentos sintéticos. Cabe mencionar que la rentabilidad de las operaciones con derivados se ve favorecida por el oligopsonio en el mercado de depósitos bancarios, que permite a los banqueros pagar un rendimiento inferior al que genera el activo sin riesgo, sobre los depósitos de margen que aportan las partes contratantes, y también por el hecho de que el rendimiento de sus tenencias bancarias de valores del sector público, está indexado a la tasa interbancaria de equilibrio (TIIE), lo que los protege en caso de que asuman posiciones por cuenta propia (Mántey 2013).

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

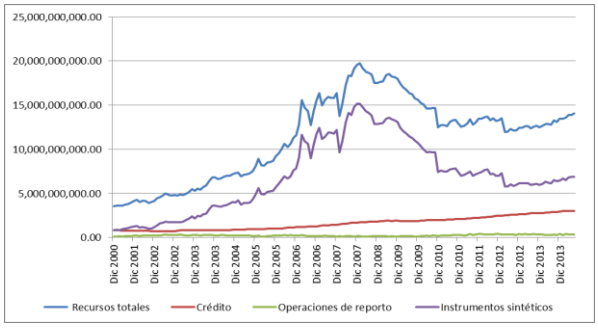


Gráfico 3 Recursos de la banca comercial (miles de pesos).

Sin embargo, pese a que la banca comercial prácticamente no está ofreciendo servicios financieros relevantes al sector productivo, su nivel de rentabilidad se mantiene a la alza como se muestra en el anexo 3, que como ya se mencionó obedece en gran medida a los ingresos obtenidos por el financiamiento de la deuda pública, y el cobro de comisiones por servicios ofrecidos a los usuarios. Lo que no contribuye al flujo de fondos necesarios para la actividad económica, pero que si promueve un sector bancario rentista y económicamente ineficiente.

Por su parte, la banca de desarrollo no compensa la reducción en el crédito a las empresas por parte de la banca comercial. De hecho, mantiene una tendencia a la baja desde 1994, tanto en su nivel de activos en proporción al PIB, como en su participación porcentual en el crédito total. Respecto al primer punto, en 2008, sus activos apenas representaron el 3.2% del PIB, año en el que la banca de desarrollo fue utilizada para contrarrestar la caída en la intermediación privada, lo que explica la leve recuperación de 2009, pero que obedeció principalmente a la reclasificación contable de inversiones en valores, lo que aumentó artificialmente el volumen del activo, sin aumentar su operación (Ampudia, 2012).

Mientras la participación en el crédito total, que en 1998 era de 4.2%, para 2013, sólo fue de 3.7%, es importante señalar que en 2006 llegó a ser de 2.0%, es decir, porcentajes insignificantes frente a las necesidades que muestra la economía mexicana. Lo anterior se agrava si se considera que el porcentaje que representa el crédito total respecto al PIB en 2013, fue apenas de 25.7%, y de dicha cantidad, la banca de desarrollo aportó el 3.7%, es decir, menos de la décima parte de lo otorgado por la banca comercial en ese mismo año, 40.4%. De hecho, el porcentaje otorgado vía la emisión de instrumentos de deuda es mayor también en dicho año, 6.1% (véase cuadro 1). Respecto a la composición del crédito otorgado por la banca de desarrollo, si bien es cierto que el destinado a empresas presenta una tendencia creciente, también es importante notar el alto porcentaje que representa el sector público, 38.9% en 2013, y 33.34% durante el primer trimestre de 2014, frente al 42.4% que reciben las empresas. El alto porcentaje que recibe el sector público, obedece a que la mayor parte de la adquisición de valores por parte de la banca de desarrollo se lleva a cabo en dicho sector. De igual manera, cabe destacar el crecimiento del porcentaje otorgado a los rubros de vivienda y consumo (véase cuadro 4). Uno de los factores responsables de que la banca de desarrollo no representé un papel más importante en el otorgamiento del crédito a las empresas, es el hecho de que se asuma como un intermediario de segundo piso, dado que queda subordinada a que la banca comercial y otros intermediarios estén dispuestos a otorgar crédito, lo que implica cargar con la evaluación del posible acreditado y otros costos de operación, y no sólo eso, sino que mientras esos intermediarios, especialmente la banca privada, tengan la facilidad de generar utilidad sin los costos y riesgos que implica el crédito, como se ha descrito, difícilmente financiaran programas de la banca de desarrollo (Gómez, 2013).

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

	1996	2000	2004	2008	2012	2014*
Total	333,263.0	402,087.0	477,156.9	257,580.3	402,883.2	537,988.0
Porcentajes respecto de la cartera total						
Empresas y personas físicas	19.35	14.29	16.49	19.26	35.02	42.40
Sector primario	4.68	3.24	2.55	0.09	0.01	0.38
Minería	0.33	0.25	0.23	0.30	0.03	0.19
Industria manufacturera	4.75	5.75	7.04	2.93	9.02	7.09
Construcción	3.40	1.33	1.30	5.91	12.79	18.83
Sector servicios	4.75	1.86	3.29	4.79	7.30	10.66
Crédito a la vivienda	0.80	0.71	0.63	1.85	2.33	2.17
Crédito al consumo	0.59	0.86	1.11	3.38	3.53	3.08
Sector financiero del país	26.61	10.38	16.73	29.42	28.08	23.55
Sector público	52.36	68.31	48.03	35.10	35.69	33.34
Otros	nd.	5.15	17.01	14.45	0.33	0.13
Sector externo	1.68	1.87	1.73	1.79	0.88	0.58
Crédito intrabancario	1.50	1.46	1.88	0.11	0.06	0.03

* Sólo considera el promedio del primer trimestre del año. (Promedio anual, millones de pesos y porcentajes)

Tabla 4 Crédito por actividad económica, de la banca de desarrollo 1996-2014

Financiamiento otorgado por el sector bursátil

Las reformas al sistema financiero mexicano, se llevaron a cabo bajo la lógica de que el desarrollo de los intermediarios financieros, tiene un efecto positivo sobre la inversión, dado que reduce los obstáculos de financiamiento, permitiendo a las empresas invertir en capital fijo, y así lograr desarrollarse. Es decir, se asume un fuerte vínculo entre el mercado bursátil y el financiamiento de la inversión, de sentido positivo, principalmente porque se reduce el costo de capital, y se incrementa la eficiencia con que se otorga. Resulta interesante validar o no, dicha aseveración para el caso mexicano.

En este sentido, el desarrollo de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), debería representar una fuente importante de financiamiento para las empresas, sin embargo, esto no es así, entre otras razones por el reducido número de empresas emisoras y porque las ofertas públicas primarias de acciones son escasas, a diferencia de las emisiones de deuda de corto plazo, que constituyen el mercado más dinámico, lo cual no garantiza el financiamiento de capital fijo.

Además, la BMV es un mercado bursátil pequeño, tanto por el número de empresas participantes como por su valor de mercado. Respecto al primer punto, mientras que en 2012, en los mercados bursátiles de Estados Unidos y Canadá participaban 4 102 y 3876 empresas, respectivamente, en México el número era de sólo 131 empresas, que es menor incluso si lo comparamos con países de la región como Brasil, Chile y Perú, en donde participan 353, 225 y 213 empresas, respectivamente. De hecho, entre 1988 y 2011, el número de empresas que participan en la BMV se redujo sustancialmente, como se muestra en la gráfica 4, mientras que en países como Corea del Sur, China e India, el número de empresas participantes se mantiene en constante crecimiento, en 2012, el número de empresas en dichos países, fue de 1767, 2494 y 5191, respectivamente (Banco Mundial, 2015).

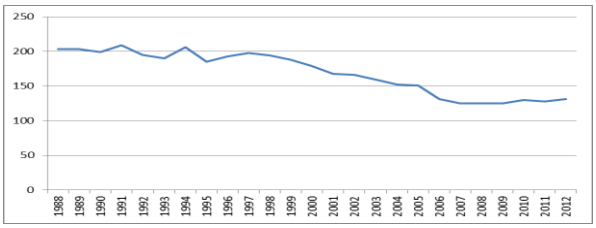


Gráfico 4 Compañías nacionales que cotizan en bolsa.

En cuanto al valor de mercado de las empresas que cotizan en la BMV, en 2012 este fue equivalente al 44.5% del PIB, en tanto que en países como Estados Unidos, Brasil, Corea del Sur, y Japón, dicho indicador fue del 114%, 55%, 104% y 62%, respectivamente (véase gráfico 5).

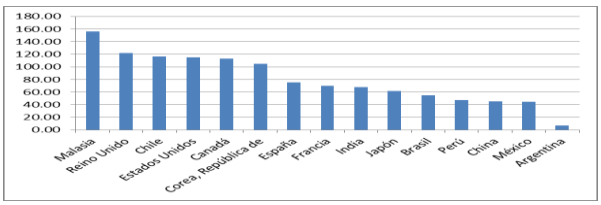


Gráfico 5 Valor de mercado de las compañías que cotizan en bolsa, 2012 (% PIB)

ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Aunado al reducido número de empresas participantes, el mercado bursátil mexicano presenta una elevada concentración; en 2012, tres emisoras concentraron el 27.64% del mercado: América Móvil (AMX), con 11.3%; WalMart de México (Walmex), con 11.0%, y Grupo México (GMéxico), con 5.34%. Y otras siete emisoras concentraron el 21.94% del valor de mercado: Grupo Financiero Inbursa (3.83%), Peñoles (3.79%), Grupo Financiero del Norte (2.85%), Televisa (2.58%), Grupo Modelo (2.48%) y Bimbo (2.31%)

En suma, el valor de mercado de todas las empresas mencionadas representó el 49.58% del valor de mercado de la BMV. Y como se observa en la gráfica 6, este grupo de empresas mayoritarias no ha sufrido cambios significativos en sus integrantes durante los últimos años, lo que evidencia la persistencia de la elevada concentración que se ha descrito.

Sin embargo, la BMV no sólo presenta las limitantes derivadas de un reducido número de participantes y una marcada concentración en el valor de mercado, sino que también debe considerarse el que las empresas que cotizan, financieras y no financieras, no buscan financiamiento de largo plazo mediante la emisión de acciones; en este sentido, la BMV registra muy pocas emisiones primarias de acciones por parte de las empresas participantes.

Por ejemplo, en 2011, sólo registró cuatro ofertas accionarias iniciales, las cuales representaron un monto total de 15 875 millones de pesos: dos fueron empresas financieras Grupo Financiero Banorte y Banregio Grupo Financiero, además de Aeroméxico y Médica Sur.

Mientras que en el mercado de deuda de corto plazo, se realizaron 746 emisiones por un monto de 314 637 millones de pesos, es decir, presenta un comportamiento más dinámico, sin embargo, su propia naturaleza, hace improbable que las empresas lo utilicen con el propósito de financiar acumulación de capital, principalmente por la incertidumbre que implica este tipo de operaciones. Y en el mercado de deuda de mediano y largo plazo hubo 144 emisiones por 222 215 millones de pesos, cabe resaltar que las empresas no financieras sólo participaron con el 28.4% del total; los principales participantes de este mercado son entidades del sector público, como Petróleos Mexicanos y Comisión Federal de Electricidad, con 35.27%; los Bancos y Sofomes, con el 33.3%; en tanto que la deuda de Estados y Municipios representa el 3.02% (BMV, 2015).

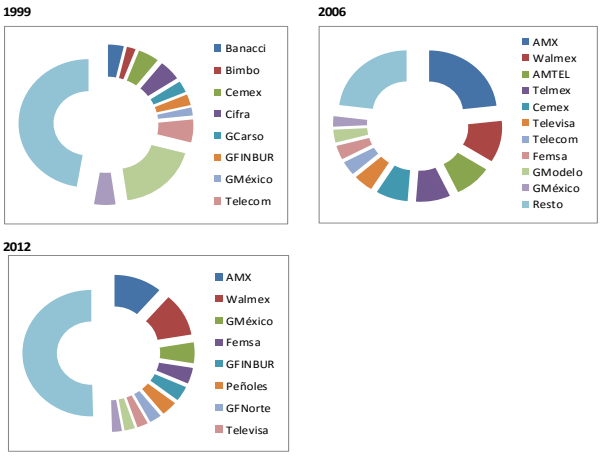


Gráfico 6 Concentración de la BMV (% de participación en el mercado)

Por lo tanto, la BMV no es una fuente importante de financiamiento de la inversión, de hecho, en la *Encuesta de evaluación coyuntural del mercado crediticio*, en el periodo 1998-2009, no existe como opción de financiamiento para las empresas. Se podría inferir que se contempla al mercado bursátil en la opción de "otros", cuyo porcentaje alcanzado en 2009 para el total de empresas fue de sólo 1.65%.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Para las pequeñas, medianas y grandes, los porcentajes fueron 0.27%, 0.54% y 4.94%, respectivamente, mientras que para las consideradas AAA, el indicador fue de 8.7% (véase anexo 4). Lo que muestra la exclusión que padecen las pequeñas y medianas empresas, sin que esto signifique que la emisión de deuda tenga un papel preponderante para el resto del grupo de empresas, como es posible constatarlo bajo la nueva metodología de la encuesta mencionada, que a partir de 2010, si considera como respuesta específica la "emisión de deuda", la cual durante el primer trimestre de 2014 sólo fue utilizada por el 1.7% del total de empresas encuestadas. A pesar de que la nueva versión de esta encuesta no mantuvo la división por tamaño de empresa de la metodología anterior, si presenta una clasificación con base en la cantidad de empleados y otra, por actividad económica. Respecto a la primera; para las empresas con no más de 100 empleados, simplemente la emisión de deuda no fue utilizada, mientras que en el caso de las empresas con más de 100 empleados, el indicador fue de 2.7%. Y en el caso de las empresas manufactureras y de las dedicadas a servicios, los niveles de respuesta fueron 0.7% y 2.5%, respectivamente (véase anexo 5). Es decir, el sector productivo nacional, enfrenta dos limitantes en este rubro, el primero relacionado con el tamaño de la empresa en cuestión, y el segundo, por el tipo de actividad, lo que resulta grave si se considera que son precisamente las pequeñas y medianas empresas manufactureras, las encargadas de gran parte de la producción nacional.

Estos datos, permiten inferir, por un lado, que las micro y pequeñas empresas no tienen acceso a este tipo de financiamiento, y por el otro, que las grandes empresas, que podrían acceder fácilmente al mercado bursátil para financiar su inversión de capital, se decantan por otras opciones.

Esto obedece, a que si bien es cierto que el mercado secundario de deuda es capaz de ampliar la liquidez y generar mayor inversión productiva, también permite especular con base en los movimientos de los precios del mercado, lo que implica una mayor volatilidad, que termina por desincentivar la inversión productiva (Flores, 2007).

De hecho, es así como los mercados financieros permiten obtener ganancias desligadas de la producción real, lo que dificulta su papel como fuente de recursos para financiar la inversión (Mott, 2007). Cabe mencionar, que en el proceso se desdibuja el vínculo entre los precios de las acciones en el mercado y el ingreso en dinero o ganancia supuesta o esperada, derivada de los activos de capital productivo subyacente; con lo que lejos de incentivar una mayor inversión en capital fijo, el mercado bursátil termina promoviendo que las empresas desvíen su atención de sus actividades productivas y se enfoquen hacia otras de índole financiera, adoptando una lógica rentista (Toporowski, 2004).

Por lo tanto, no es posible afirmar que el desarrollo del mercado de valores haya generado los efectos positivos que se esperaban, principalmente porque su crecimiento se basó en el movimiento de títulos de mercado secundario y no en la emisión de nuevas acciones. Los bancos, al tener la posibilidad de obtener grandes ganancias prácticamente sin riesgo, a través de la compra de deuda pública, se han refugiado en el mercado de dinero, con lo que han dejado de competir por recursos en el mercado de capitales.

En México, los principales instrumentos financieros que se negocian en la BMV son títulos gubernamentales, papel comercial y participaciones de capital de un pequeño número de grandes empresas (Mántey, 2007).

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Es decir, el crecimiento del mercado de capitales se sustenta en el dinamismo del mercado de dinero y no en el impulso del mercado accionario, mucho menos es resultado de la promoción de un mayor financiamiento dirigido al sector productivo. De hecho, aun considerando el financiamiento bursátil neto total al sector privado como porcentaje del PIB, resulta ser marcadamente inferior en relación con el bancario, que como se dijo anteriormente, tampoco es suficiente para financiar el desarrollo productivo (Flores, 2007).

Composición del financiamiento por tipo de empresa.

A pesar de la importancia del tema para el crecimiento y desarrollo económico del país, la información disponible respecto al financiamiento al sector privado, a nivel de empresas, es escasa, y en este sentido, la fuente más relevante es la *Encuesta de evaluación coyuntural del mercado crediticio*, a la que ya se ha hecho referencia en apartados anteriores. La información de dicha encuesta abarca el periodo 1998-2014, que es necesario analizarlo en dos periodos, 1998-09 y 2010-14, dado que en 2009, la encuesta fue modificada tanto en su metodología como en la clasificación de las empresas. En el anexo 4 se muestran las opciones de financiamiento por tamaño de empresa, para el primero de los periodos señalados; en el que resulta evidente el incremento en términos de importancia que ha tenido el crédito de proveedores, para el total de empresas, tendencia que se acentúa a lo largo del periodo, alcanzando niveles entre el 50% y el 60% entre las empresas encuestadas.

También es perceptible que el grado de dependencia a dicho crédito tiene una relación directa con el tamaño de la empresa, así, son las pequeñas, quienes presentan los mayores niveles, entre el 60% y 70%, mientras que en el caso de las medianas, el indicador se sitúa entre 50% y 60%, y para las grandes empresas, entre 40% y 50%.

Finalmente, en las empresas de mayor tamaño (AAA), se observa como en ninguna de las anteriores clasificaciones, una clara diversificación en sus fuentes de financiamiento, con preponderancia del crédito de proveedores y de la banca comercial, esta última en ciertos periodos llega a ser su principal opción de crédito, a diferencia de lo que sucede en las restantes tres clasificaciones, en las que la banca comercial siempre se encuentra por un amplio margen, detrás del crédito de proveedores. El acceso al financiamiento otorgado por la banca comercial también guarda relación con el tamaño de las empresas, por lo tanto quienes presentan una mayor exclusión en este sentido, son las pequeñas, dado que sólo entre el 10% y el 20% recibieron algún tipo de crédito por parte de los bancos comerciales. La situación no es muy distinta para las medianas empresas, sólo el 25% de ellas, accedieron a este tipo de crédito.

Respecto al crédito proveniente del extranjero, sólo para las grandes empresas y las denominadas AAA, representa una verdadera opción de financiamiento, en el caso de estas últimas, en 2009, el 8.33% de ellas declararon haber utilizado esta modalidad crediticia. Y en cuanto a la banca de desarrollo, el análisis es muy similar, para las pequeñas, medianas y grandes empresas, esta opción es prácticamente insignificante, mientras que para las empresas AAA, sólo el 4.54% de estas, lo utilizó en 2009. Es importante señalar que el crédito otorgado por la banca de desarrollo no figura entre las tres primeras opciones de financiamiento, sin importar el tamaño de empresa que se analice.

Durante el segundo periodo de análisis, bajo la nueva metodología de la *"Encuesta de evaluación coyuntural del mercado crediticio"*, el panorama no se ha modificado de manera importante, de hecho, las tendencias descritas se han profundizado; el crédito de proveedores sigue siendo la principal fuente de financiamiento.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

El porcentaje de empresas que lo utilizan se sitúa entre 80 y 90%, esto independientemente del tamaño o actividad económica de las empresas, es decir, lejos de diversificar sus opciones de financiamiento, estas se han concentrado aún más en los últimos años, principalmente alrededor del crédito de proveedores.

De igual forma, la brecha entre dicho crédito y el otorgado por la banca comercial aún se mantiene prácticamente en la misma proporción.

Durante el primer trimestre de 2014, sólo el 34.8% de las empresas accedieron a un crédito comercial, en el caso de las empresas con hasta 100 empleados, el indicador es aún menor, 25.8%, mientras que para las empresas con mayor número de empleados es el 40.1%.

Es decir, nuevamente resulta evidente la exclusión por tamaño de empresa. Y respecto a la clasificación por actividad económica, el 32.3% de las manufactureras utilizaron este tipo de crédito, mientras que las dedicadas a servicios y comercio, lo hicieron en 36%. En este sentido, en el cuadro 5 se muestra el elevado nivel de concentración en el total de crédito otorgado por la banca comercial que se destina a las grandes empresas; cabe señalar que la extranjerización de la banca no ha contribuido a modificar esta situación.

Por lo tanto, se confirma la existencia de una relación directa entre el acceso al crédito bancario y el tamaño de las empresas.

El caso mexicano es contrario a lo que sucede en países más desarrollados, como Francia y Alemania, en los que el financiamiento vía crédito bancario es más importante en las pequeñas y medianas empresas, que en las grandes, dado que estas últimas pueden acceder a otras fuentes de financiamiento (Garrido, 2005).

Participación sobre el Total de los Créditos Comericiales

	No. de acreditados	50 Mayores acreditados	100 Mayores acreditados	300 Mayores acreditados
Banca extranjera				
BBVA Bancomer	300	46.84	56.20	72.87
Banamex	300	64.25	73.54	85.99
HSBC	300	59.77	68.59	80.03
Santander	300	54.54	63.33	75.66
Scotiabank Inverlat	300	63.14	78.99	95.55
GE Money	32	100.00	n. a.	n. a.
Bank of America	29	100.01	n. a.	n. a.
Tokio-Mitsubishi UFJ	29	100.00	n. a.	n. a.
ABN Amro Bank	26	100.00	n. a.	n. a.
Banca nacional				
Mercantil del Norte	300	46.11	56.55	69.94
Inbursa	300	73.76	86.80	97.93
Interacciones	300	80.32	88.78	97.48
IXE	300	68.24	83.31	97.33
Del Bajío	300	36.74	48.34	69.00
Afirme	300	60.86	75.13	91.28
Mifel	300	45.46	62.06	89.38
Banregio	300	29.41	42.34	67.97
Ve por Más	300	33.95	48.85	78.29
Bansi	300	78.30	87.91	96.02
Azteca	300	58.85	59.36	60.60
Invex	207	71.63	90.05	100.00
Multiva	101	96.70	100.00	n. a.
Monex	88	96.13	n. a.	n. a.
Autofín	21	100.00	n. a.	n. a.
Amigo	8	100.00	n. a.	n. a.
Regional	3	100.00	n. a.	n. a.

Tabla 5 Porcentaje de acreditados mayores a cartera comercial (diciembre, 2007).

Ante el panorama descrito, la institución encargada de actuar como contrapeso a los intereses bancarios, y de promover mejoras en el otorgamiento del crédito a las empresas debería ser la banca de desarrollo, sin embargo, su situación actual es poco alentadora; tan sólo el 5.9% del total de la muestra logró acceder a esta modalidad crediticia, lo que representa un porcentaje francamente raquítico, pero la situación es aún más grave para las empresas con menos de 100 empleados, el indicador en el primer trimestre de 2014 fue de 1.1%, mientras que para las empresas de mayor tamaño, fue de 8.8%, lo que de ninguna manera es plausible, dado que quienes necesitan en mayor medida este tipo de crédito, son las empresas de menor tamaño.

Por su parte, el 6.8% de las manufactureras utilizaron este crédito, frente al 5.7% en que lo hicieron las dedicadas a servicios y comercio.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Respecto a la banca extranjera, esta sigue siendo una alternativa principalmente para las grandes empresas; en los primeros meses de 2014, el 5.6% de estas tuvo acceso a dicha opción de crédito, frente al 2.10%, de las empresas con menos de 100 empleados (véase el anexo 5). Por lo tanto, las pequeñas y medianas empresas, por un lado, padecen la falta de financiamiento en el sistema financiero local, y por el otro, están imposibilitadas de acceder a fondos en los mercados financieros internacionales. En contraste, la situación para las grandes empresas, es distinta, dado que si bien es cierto, también padecen el ineficiente sistema financiero local, estas si tienen la oportunidad de acceder a mercados internacionales.

De esta manera se explica el hecho de que la principal fuente de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas sea el crédito de proveedores. Como ya se mencionó, el financiamiento bancario se encuentra altamente restringido para este tipo de empresas, no sólo por las altas tasas de interés requeridas por los bancos, sino también en términos del monto otorgado. Al respecto Stiglitz y Weiss (1981), consideran que dicho racionamiento del crédito, obedece a la forma en que los bancos priorizan sus ganancias sobre el financiamiento al sector productivo; ante un exceso en la demanda de crédito, la respuesta debería ser un incremento en las tasa de interés, que promueva la mejor asignación de los recursos, sin embargo, con esta medida, las instituciones bancarias corren el riesgo de ver disminuidas sus ganancias, dado que es posible que esto provoque la salida de prestatarios seguros.

Por lo que resulta preferible rehusarse a prestar a ciertos demandantes, y así forzar un equilibrio de racionamiento en el mercado de crédito, cuyos efectos más adversos son para los clientes considerados de alto riesgo, es decir, las micro, pequeñas y medianas empresas.

Ante esta situación, la banca de desarrollo, debe asumir un papel preponderante en el financiamiento del desarrollo productivo nacional, pero como se ha argumentado a lo largo del artículo, esto no sucede en el caso mexicano, de hecho la banca de desarrollo junto con las restantes fuentes de crédito, no constituyen verdaderas opciones de financiamiento para la mayoría de las empresas del país.

Conclusión

A partir de las reformas financieras neoliberales, el financiamiento otorgado al sector productivo, tanto por la banca comercial, como por la de desarrollo, presenta una importante reducción, que es aún más evidente en el caso de la banca de desarrollo, cuya participación en el último decenio es prácticamente nula, y principalmente se aboca a financiar al gobierno y al sector servicios, y en nivel mínimo a los sectores agrícola e industrial.

De esta manera, es posible inferir que la serie de reformas a las que ha estado sujeto el sistema financiero mexicano, no han logrado superar los resultados de financiamiento de la inversión que realizaran con éxito las instituciones nacionales de crédito, como empresas paraestatales, durante el modelo sustitutivo de importaciones (ISI). Por el contrario, actualmente predomina la escasez de crédito hacia las empresas, mientras el crédito al consumo y a la vivienda muestra un marcado crecimiento.

El racionamiento del crédito bancario a las actividades productivas, la menor demanda de crédito de las empresas como respuesta a las elevadas tasas de interés reales, y el incremento de las inversiones en instrumentos sintéticos por parte de los bancos, han obligado a las empresas a buscar fuentes alternativas de financiamiento; de esta manera, el carácter rentista y especulativo de la banca comercial obstaculiza el desarrollo económico.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

La situación oligopólica del sistema bancario, y el oligopsonio imperante en el mercado de depósitos constituyen una barrera para el desarrollo de un mercado financiero funcional a la inversión productiva. Esto afecta principalmente a dos tipos de empresas: a las Pymes, que generan cuatro quintas partes del empleo en nuestro país y más de la mitad del PIB, y a las empresas innovadoras, de quienes depende el crecimiento de la productividad y la posibilidad de lograr una mejor participación en la economía global (Vargas, 2013). Por su parte, el mercado de valores no ha compensado la baja en el financiamiento bancario, la BMV no constituye una verdadera fuente de financiamiento para la inversión, debido a que cuenta con un reducido número de empresas participantes, y además, en unas cuantas se concentra un elevado porcentaje del valor de mercado. Por otro lado, son pocas las empresas que utilizan el mercado bursátil para realizar ofertas accionarias, la mayoría de las operaciones en el mercado de deuda son de corto plazo.

Los datos de la Encuesta de evaluación coyuntural del mercado crediticio, muestran la preponderancia que tiene el crédito de proveedores en el financiamiento total de las empresas,

Frente al restringido acceso que tienen al crédito bancario, dado que este último está condicionado principalmente al tamaño de las empresas, es decir, el acceso a este es aún más complicado para las pequeñas y medianas, lo que explica la elevada concentración de este tipo de crédito en las grandes empresas, que además, son las únicas para quienes el crédito proveniente del extranjero es una alternativa, ya que la participación de las Pymes en este rubro es prácticamente nula. Por otro lado, la participación de la banca de desarrollo en el financiamiento general, está muy por debajo de las necesidades que presenta el país, por lo que es incapaz de promover una mejora en las condiciones del crédito a las empresas.

De esta manera se configura un panorama desalentador en términos de la promoción a las empresas nacionales, ya que las fuentes de financiamiento restantes, presentan una participación insignificante.

Cabe señalar que tanto el financiamiento de la banca comercial, como el otorgado por la banca de desarrollo presentan mayores niveles de participación en el financiamiento a las empresas dedicadas a servicios y comercio, que en el de las manufactureras. Lo que genera una serie de cuestionamientos sobre el tipo de empresa que se pretende incentivar en el país. En este sentido, Kaldor (1963) señala la necesidad de considerar la distinción entre las actividades con rendimientos crecientes, asociadas a la industria y aquellas con rendimientos decrecientes, de carácter extractivo o desvinculadas de la industria; porque son las del primer tipo las únicas con la capacidad de detonar periodos de auge económico. Por lo tanto el crecimiento del sector industrial, principalmente manufacturero adquiere gran relevancia, dada su estrecha relación con la tasa de expansión de la economía en su conjunto.

Es cierto que ante la situación surgen nuevas instituciones como las Sociedades de inversión, que han tenido un crecimiento notorio, pero sus recursos se destinan principalmente a financiar al gobierno; o las Siefores que han incrementado sus operaciones de crédito al sector privado, lo que sugiere que podrían constituirse en una opción de financiamiento privado, pero sin duda limitado. Por lo tanto, los esfuerzos deberán encaminarse hacia la mejora del mercado financiero mexicano, a través de una política crediticia acorde con la realidad y necesidades de las empresas mexicanas; que promueva el financiamiento productivo desde la banca comercial, terminando con su actual lógica rentista y poco favorecedora para el país.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Y con la que se recupere la capacidad de canalizar el crédito hacia actividades estratégicas, acordes con un proceso de industrialización; en este sentido, resulta necesario que la banca de desarrollo retome su función como banca de primer piso, con lo que ampliará su cobertura de servicios y fortalecerá su presencia en la canalización del crédito. De igual forma, se le deberá reasignar su capacidad financiera y autonomía de gestión para poder emprender políticas realmente encaminadas a promover el desarrollo económico.

Y respecto a la BMV, para que esta se constituya en una verdadera opción de financiamiento, es necesario incorporar más emisoras y para ello es importante la consolidación de pequeñas y medianas empresas, a las que se les deberá facilitar el acceso, por ejemplo, reduciendo el capital contable mínimo para participar.

Referencias

Ampudia, N. (2012) "Banca de desarrollo, microempresas y pobreza". México. Instituto de Investigaciones Económicas-UNAM

Banco de México (varios años) Encuesta de evaluación coyuntural del mercado crediticio, disponible en http://www.banxico.org.mx/ SieInternet/ consultar DirectorioInternetAction. do? accion=consultarCuadro&idCuadro=CF471& sector=19&locale=es.

_____ (varios años), Estadísticas. Indicadores económicos, disponible en http:// www.banxico.org.mx/portal_disf/wwwProyectoInternetCaptacion_BM.jsp

Banco Mundial (2014) World Development Indicators, disponible en http://datacatalog .worldbank.org/

_____ (2009) "¿Finanzas para todos? Políticas y trampas en la expansión del acceso". Washington, USA.

Bolsa Mexicana de Valores (BMV) (varios años), disponible en http://www.bmv.com.mx /wb3/wb/BMV/BMV_informes_anuales

Comisión Nacional Bancaria de Valores (CNBV) (varios años), Boletín estadístico de banca múltiple, disponible en http://portafoliodeinformacion.cnbv.gob.mx/bm1/Paginas /boletines.aspx

Fisman, R (2003) "Trade credit, Financial intermediary, Development and Industry growth", en Joural of Financial, vol. LVIII, núm. 1.

Flores, L. (2007) "Financiamiento a través de la Bolsa de valores en la estrategia de desarrollo de México", en Calvo, J. (coord.) Agenda para el desarrollo, vol. 6, Financiamiento del crecimiento económico. México.

Gómez, G. (2013) "La banca de desarrollo en México: situación y propuesta de reforma 2013-2018", en Calva, J. (coord.) Sistema Financiero para el desarrollo. La reforma de Peña Nieto y opciones para 2013-2020. México.

Garrido, C. (2005) "Desarrollo económico y procesos de financiamiento en México. Transformaciones contemporáneas y dilemas actuales". México. Siglo XXI.

_____ (2000) "Una revisión de las teorías de la empresa para el análisis de las grandes empresas industriales en México", en Basave, J. (coord.) Empresas mexicanas ante la globalización. México. Porrúa.

Huidobro, A. (2004) "Objetivo y estrategia para la banca de desarrollo mexicana", en Gestión y Política Pública, primer semestre. México. CIDE.

Kaldor, N. (1963) "Stablishing the terms of Trade of Underdeveloped Countries", Economic Bulletin for Latin America, marzo.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Kregel, J. (2009) "¿Cuál sería la estrategia alternativa al financiamiento del desarrollo en América Latina?", en Girón, A. y Correa, E. (coords.) Asimetrías e Incertidumbre. México DF. Plaza y Valdés Editores.

Levy, N. (2010) "Las estructuras financieras y el financiamiento de la producción en los principales países latinoamericanos", en Levy, N. y López, T. (eds.), Las instituciones financieras y el crecimiento económico en el contexto de la dominación del capital financiero. México

López, T. (2009) "Bursatilización de los pasivos bancarios, contracción del crédito y desintermediación bancaria en México". México DF. Plaza y Valdés Editores.

Machinea, José Luis (2009) "La crisis financiera internacional: su naturaleza y los desafíos de política económica" en Revista CEPAL no. 97.

Mántey, G. (2013) "Política Bancaria y crediticia para el desarrollo", en Calva, J. (coord.) *Sistema Financiero para el desarrollo. La reforma de Peña Nieto y opciones para 2013-2020.* México.

_____ (2007) "Política bancaria para el crecimiento con estabilidad", en Calvo, J. (coord.) *Agenda para el desarrollo*, vol. 6, *Financiamiento del crecimiento económico*. México.

McKinnon, R. (1974) "Dinero y Capital en el desarrollo económico". México. Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos (CEMLA).

Mott, T. (2010) "Los problemas de incentivo en la provisión del financiamiento para el crecimiento y el desarrollo", en Levy, N. y López, T. (eds.), *Las instituciones financieras y el crecimiento económico en el contexto de la dominación del capital financiero.* México

_____ (2007) "El papel de los mercados financieros en la actividad microeconómica", en Mántey, G. y Levy, N. (coords.) *Políticas macroeconómicas para países en desarrollo. El papel de los mercados financieros en la actividad macroeconómica.* México, UNAM.

Martín, J. y Trujillo, A. (2012) "Mercados de activos financieros". México. Delta.

Östürk, Özgür (2011) "The question of financialization". Turkey. Economic department of Ondokuz Mayis University.

Pineda, P. (2009) "Evolución reciente del financiamiento en México y el papel de la Banca de desarrollo", en *Economía Informa*, núm. 356. México, UNAM.

Stiglitz, J. y Weiss, A. (1981) "Credit rationing in markets with imperfect information", en *American review*, vol. 71, núm. 3.

Stockhammer, E. (2009) "The finance-dominated growth regime, distribution, and the present crisis". Vienna. University of Economics.

Toporowski, J. (2004) "Inflación en los mercados financieros", en Correa, E. y Girón, A. (coords.), *Economía financiera contemporánea, tomo II*. México. Porrúa.

Vargas, (2013) "Las Pymes generan 81% del empleo en México", artículo disponible en http:// www. cnnexpansion.com /mi-carrera /2013 /01/14/pymes -generan-81- del-empleo-en-mexico

Velázquez, F. (2006) "El financiamiento bancario de las empresas industriales en México. Un estudio desde la perspectiva del funcionamiento del sistema financiero". México, UAM.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Artículo **Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial**
Septiembre 2015 Vol.1 No.1 55-61

Fortalecimiento de las habilidades de emprendurismo a través del método ABP en la carrera de comercio internacional y aduanas de la Universidad Politécnica del Golfo de México

LIGONIO-HERNANDEZ, Ninive*†`, DE LA CRUZ-ALCUDIA, Abi`, HERRERA-JIMÉNEZ, Laura`, y CARRILLO- CÓRDOVA, José`

`Carretera Federal Malpaso-El Bellote km. 171 / Monte Adentro. Universidad Politécnica del Golfo de México. C.P. 86611 Paraíso, Tabasco.

Recibido 9 de Enero, 2015; Aceptado 8 de Mayo, 2015

Resumen

En una época de globalización y de alta competitividad de productos o servicios; es necesario estar alerta con las exigencias y expectativas del mercado, para ello se hace de vital importancia asegurar o predecir el éxito de las empresas mediante el uso de técnicas y herramientas útiles para lograr sus fines. Bajo esta perspectiva, cobra importancia el diseño y aplicación de herramientas que son vitales para la toma de decisión en la iniciación, crecimiento y permanencia de un negocio en el mercado

La educación se constituye como la base del desarrollo cultural, económico y social de una Región y su propósito sin duda se centra en la formación integral de los nuevos ciudadanos para dar respuesta a los crecientes avances científicos y tecnológicos que hoy en día son objeto de estudio. Así mismo, las actuales condiciones económicas y políticas exigen nuevas respuestas y escenarios para la orientación del proceso de formación humana en las instituciones educativas.

Krauss (2005) definió a las actitudes emprendedoras como predisposiciones que una persona posee para la conformación de un negocio.

Por ello el objetivo del siguiente trabajo es coadyuvar al mejoramiento del proceso educativo que permita fomentar la cultura emprendedora para formar estudiantes que atiendan las diversas necesidades que exige la sociedad.

Emprendimiento, organización, estudio de casos, creación de empresa, emprendedor.

Abstract

In an era of globalization and high competitiveness of products or services; need to be alert to the demands and expectations of the market, for it is vital to ensure or predict the success of companies using techniques and useful tools to achieve their ends. From this perspective, becomes important design and implementation of tools that are vital for decision making in the initiation, growth and permanence of a business in the market

Education was established as the basis of cultural, economic and social development of a region and its purpose certainly focuses on the integral formation of new citizens to respond to the growing scientific and technological advances that today are studied. Also, current economic and political conditions require new responses and scenarios for guiding the process of human development in educational institutions.

Krauss (2005) defined entrepreneurial attitudes and predispositions that a person has for the formation of a business.

Therefore the aim of this work is to contribute to improving the educational process for promoting the entrepreneurial culture to train students to meet the diverse needs demanded by society.

Entrepreneurship, organization, case studies, business creation, entrepreneur.

Citación: LIGONIO-HERNANDEZ, Ninive, DE LA CRUZ-ALCUDIA, Abi, HERRERA-JIMÉNEZ, Laura, y CARRILLO- CÓRDOVA, José. Fortalecimiento de las habilidades de emprendurismo a través del método ABP en la carrera de comercio internacional y aduanas de la Universidad Politécnica del Golfo de México. Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial, 2015, 1-1: 55-61

* Correspondencia al Autor (Correo Electrónico: nligonio@upgm.edu.mx)
† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

Ante los cambios del mundo contemporáneo, el ABP en los procesos de enseñanza-apredizaje se establece como un método educativo innovador que se centra en el estudiante, pero que además promueve el desarrollo de una cultura de trabajo interpersonal-colaborativo, debido a que permite ir adquiriendo distintos roles, que ayudara a los demas contar con información para resolver un problema en común.

La creación de empresas es uno de los pilares básicos para el desarrollo económico y social en todo el mundo. Los emprendedores, al desarrollar nuevos negocios para satisfacer las necesidades de la población, facilitan el desarrollo de los mercados, los incrementos de productividad y generan la mayor parte de los empleos que se crean en las economías. Tradicionalmente se ha estudiado el comportamiento emprendedor de alta dirección del líder como factor clave del éxito dentro de una empresa; se han encontrado diversas investigaciones que deciden ir contracorriente sin embargo se considera importante el hecho y la posibilidad que los mandos de una organización, el liderazgo y la innovación sin duda son elementos claves para incrementar la cultura emprendedora. El Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) es uno de los métodos de enseñanza – aprendizaje que ha tomado mas arraigo en las instituciones de educación superior en los últimos años. El camino que toma el proceso de aprendizaje convencional se invierte al trabajar en el ABP; mientras tradicionalmente primero se expone la información y posteriormente se busca su aplicación en la resolución de un problema en el caso del ABP primero se presenta el problema, se identifican las necesidades de aprendizaje, se busca la información necesaria y finalmente se regresa al problema.

De acuerdo a investigaciones realizadas por organismos internacionales los cuales se han centrado en su estudio (ABP) como una alternativa para mejorar los procesos de enseñanza y aprendizaje sobre todo en la educación superior los resultados que han arrojado dichas investigaciones se centran en el hecho de que es necesario un cambio en el paradigma metodológico de las modalidades de enseñanza, no debemos olvidar que muchos de nuestros alumnos provienen de escuelas tradicionales.

Los cambios pueden ocurrir por diversas circunstancias específicas y ambientes organizacionales. Las empresas emprendedoras se basan principalmente en transformaciones que pueden ocurrir a través de cambios autónomos (burgelman, 1983, 1994; Quinn, 1980) explican estos cambios argumentando la interacción de factores externos e internos, como activadores importantes para responder de manera creativa e innovadora, en lugar de los tradicionales cambios de “arriba hacia abajo” que comúnmente suceden en las grandes empresas. (Andrews, 1971).

El método ABP data sus primeras aplicaciones en la década de los 60. Esta metodología se desarrolló en la escuela de medicina de la Universidad de Case Western Reserva (E.U.) y en la Universidad McMaster (Canadá) su objetivo consistía en mejorar la calidad de la educación médica orientado el currículo ateriormente basado en una colección de unidades y exposiciones del profesorado a uno mas integrado y organizado que incluyera problemas de la vida real en el cual concurrieran las distintas áreas de conocimiento impartidas durante la formación.

El aprendizaje basado en proyectos es una estrategia de enseñanza-aprendizaje que parte de dos premisas:

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

a) Disponer de un problema o proyecto real planteado al alumnado que impulse a los estudiantes a trabajar en equipo para buscar solución

b) Una integración total y plena del proyecto en el curriculo del módulo correspondiente de forma que las mterias impartidas se supediten a la resolución del mismo.

La metodología del aprendizaje basado en proyectos también conocido como PBL (siglas en ingles) permite que a través de su trabajo transversal, se puedan articular los distintos módulos del ciclo formativo en el cual se esté trabajando de forma significativa en su vertiente más práctica.

El objetivo del siguiente trabajo es fomentar la cultura emprendedora en el educando para aprovechar las áreas de oportunidad en el sector productivo. El ABP se caracteriza por centrar el aprendizaje en el estudiante promoviendo que este sea significativo, además de desarrollar una serie de habilidades y competencioas indispensables en el entorno profesional acutal, lo cual es retomado en el modelo educativo institucional.

Proyecto de emprendurismo a través del Método de ABP: Plan de Negocios.

¿Cual es la metodologia adecuada para promover la capacidad emprendedora?

Los continuos cambios educativos y tecnológicos; deben replanterar continuas actualizaciones pedagógicas y didácticas con el fin de ajustar los contenidos organizacionales y culturales del "Entorno laboral", por ello es necesario fomentar en el educando la cultura emprendedora que permita desarrollar sus habilidades creativas e innovadoras.

La inserción de un Plan de Negocios como proyecto de Emprendurismo a través del Método de ABP: Coadyuva al desarrollo académico de los educandos debido a que representa una oportunidad de fortalecer el autoempleo y de esta forma estimular y fortalecer las capacidades, actitudes y aptitudes emprendedoras de los estudiantes.

Este proyecto permite promover las competencias emprendedoras mediante la utilización de metodologías y contenidos innovadores en los espacios educativos a través del proyecto "Plan de Negocios: Que permita estimular la creación de microempresas". A través del desarrollo de productos innovadores constituyendo una alternativa de autoempleo para los egresados de la carrera de Comercio Internacional y Aduanas de la UPGM.

El papel del docente en ABP

El papel del profesor en el ABP es como facilitador del aprendizaje, planeando, regulando, la actividad de los estudiantes, aportando elementos y orientaciones que ayuden a la construcción personal y grupal de los estudiantes. Los profesores hacen uso de los modelos instruccionales óptimos, comprenden, adecuan y mejoran de manera creativa los medios que facilitan y apoyan el aprendizaje.

De este modo, el docente logra superar el modelo de simple ejecutor y se convierte en un profesional que tiene un rol decisivamente acitvo en el diseño y construcción de situaciones de aprendizaje, al tiempo que el alumno deja de ser un receptor pasivo de invormacion y deviene en aprendiza responsable de su propio aprendizaje. Logran adaptar lo que enseñan a las diferentes necesidades y ritmos de los estudiantes, controlan y retroalimentan de manera oportuna el progreso del estudiante y de esta forma favorecen el desarrollo de habilidades para el aprendizaje independiente.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Es imporante centrarse en resolver no solo el problema sino en que este sea utilizado como base para identificar los temas de aprendizaje para su estudio de manera independiente o grupal, es decir, el problema sirve como detonador para que los alumnos cubran los objetivos de aprendizaje.

Haciendo una integración de las varias propuestas metodológicas (Cázares, 2007) ITESM se propone integrar la estructura general del desarrollo del ABP en tres momentos:

a) Diseño del problema:

- El tutor al diseñar cada problema deberá incluir claramente los objetivos de aprendizaje correspondientes al tema y programa del curso.

b) Reglas del trabajo

- El tutor establece las características de los roles de trabajo para los miembros del grupo, con el fin de que sean claras y compartidas por todos desde un inicio.

c) Tiempos de intervencion con el ABP.

- El tutor identifica los momentos más oportunos para aplicar el ABP y delimitar los tiempos en que deben intervenir los alumnos para solucionar el problema.

Papel del Estudiante

Uno de los aspectos más importantes del modelo ABP es la posibilidad que tiene el estudiante de elegir. Los estudiantes toman decisiones: diseñar las preguntas, organizar el tiempo, asignar las tareas, seleccionar colores, imágenes y textos.

Entonces el estudiante es un sujeto activo en las decisiones del proyecto, que le permiten expresar sus intereses y preferencias, y poner su sello personal en el proyecto.

Trabajo en equipo. Hace posible la reunión de varias habilidades individuales y estilos de aprendizaje que poseen los miembros del grupo, por lo tanto amplia la posibilidad de resolver problemas y alcanzar objetivos con mejores resultados que individualmente.

Interdependencia social. A partir del modelo cooperativo se establece una responsabilidad individual a cada integrante lo que se traduce en su contribución en el trabajo grupal, desarrolla en los estudiantes la responsabilidad que tiene frente a grupo, tal vez puede replicarse y ser consciente de su papel y responsabilidad en la sociedad, además del valor de la solidaridad para apoyar a todos los miembros del grupo para alcanzar un objetivo común.

Interacción social. Los resultados obtenidos a través del aprendizaje cooperativo son mejores a los resultados a través del aprendizaje individual, al tener encuenta la interacción social de los miembros del grupo. Porque es posible escuchar otros puntos de vista que inducen a nuevas respuestas.

Procesamiento grupal. Uno de los elementos básicos del aprendizaje cooperativo, el problema se encuentra en que se necesitan estudiantes completamente conscientes de que el trabajo individual puede afectar el grupal y por esta razón se deben analizar sus comportamientos y/o habilidades entre los miembros del grupo a lo largo del proceso.

Originalidad. Los estudiantes tienen la oportunidad de elegir, diseñar, imprimir su sello personal en cada resultado, en cada proyecto.

Los resultados de cada proyecto son una creación original de cada integrante y de cada grupo, fruto de su investigación, de la recopilación y análisis de la información.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Metodologia

Caracteristicas que los clientes prefieren en la selección de un determinado producto.

Esta investigación será documental y de campo, bajo el método descriptivo, mediante la aplicación de encuestas integradas por 15 ítems que permitió obtener información pertinente para que los alumnos de la carrera de Comercio Internacional y Aduanas de la UPGM desarrollen productos como parte de la estructura de un Plan de Negocios afines con las necesidades que se identifiquen en la región.

Asimismo se aplicó una entrevista a expertos en el tema como el Coordinador de Proyectos del Centro de Desarrollo empresarial de la UPGM; para identificar las fortalezas y debilidades del Plan de Negocios que los alumnos aplican en el desarrollo de productos; como parte del método ABP. El instrumento de investigación para la recolección de dicha información fue a través de la aplicación de una entrevista semi-estructurada que permitió profundizar en las necesidades identificadas.

Las preguntas formuladas fueron presentadas en la encuesta en bloques más o menos comunes con el propósito de lograr una mejor identificación de la información al momento de tabularlas. Asimismo los datos fueron organizados en matrices; producto de los bloques presentados en el instrumento con el fin de facilitar el análisis correspondiente.

Resultados

Finalmente es necesario mostrar los datos obtenidos de la recolección de información sobre el diseño y aplicación del Plan de Negocios a los 205 alumnos inscritos en el Programa educativo de Comercio Internacional y Aduanas de la UPGM.

Partiendo de la información recolectada se encontraron una serie de variables representativas que influyen en el aprovechamiento de áreas de oportunidad para desarrollar un Plan de Negocios como parte del método de ABP, De acuerdo a la información obtenida se sugiere la aplicación de una prueba piloto que permita comprobar la funcionalidad y efectividad del método ABP dentro del proceso de desarrollo de productos de la UPGM.

Para la obtención de información se aplicó el instrumento de recolección de datos a una muestra poblacional de 205 alumnos inscritos en la carrera de Comercio Internacional y Aduanas identificando los siguientes hallazgos:

Bloque 1 Identificar las deficiencias en el diseño y aplicación del Plan de Negocios.

a) El 46% de los encuestados presentaron deficiencias en el rubro financiero del plan de negocios.

b) El 37% de los encuestados coinciden en la necesidad de asesoría especializada para desarrollar mejor productos y/o innovadores.

c) El 17 % de los encuestados coincidieron en que el servicio del centro de desarrollo empresarial es deficiente.

Bloque 2 Identificar áreas de oportunidad en el desarrollo de productos regionales, de servicios y Productos Innovadores en el Plan de Negocios. (Gráfica 2)

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

a) El 35% de los encuestados coincidieron en la factibilidad de productos regionales que permita identificar las necesidades en los diferentes sectores del estado.

b) El 30% identificó a los servicios como una alternativa de negocios que les permita incursionar en los diversos sectores en el ámbito empresarial.

c) La alternativa para desarrollar productos innovadores permitirá aprovechar áreas de oportunidad en el sector empresarial. El 35 % de los encuestados identificaron a los productos innovadores como una alternativa laboral.

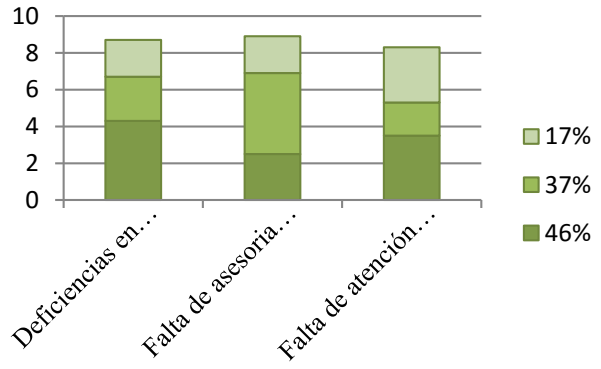


Gráfico 1 Deficiencias en el diseño y aplicación del plan de negocios

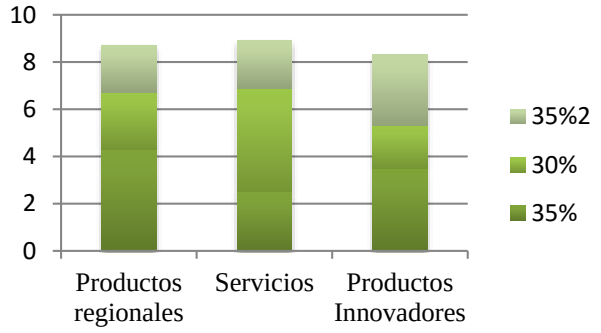


Gráfico 2 Principales áreas de oportunidad en el desarrollo de productos regionales del plan de negocios

Conclusiones

Otros estudios sobre el reconocimiento de oportunidades demuestran que la creatividad es una característica causante de éxito para el emprendimiento.

El ABP facilita a los alumnos la comprensión de los contenidos que ven la funcionalidad de la teoría con mayor facilidad. No obstante, la dificultad de la aplicación de esta metodología radica en la elaboración del problema más adecuado que sirva como conductor del aprendizaje de los conocimientos de la asignatura.

Son muchos los factores a tener en cuenta a la hora de planificar: El número de alumnos, los recursos, con los que se cuenta, el tiempo y tener igualmente presente que para que funcione correctamente es necesaria la asistencia de todos los miembros del grupo para el adecuado seguimiento y que no se vean descompensados, cosa que a veces resulta complicado cuando se trata de una asignatura optativa.

De acuerdo a la información obtenida durante la investigación al primer bloque, durante la aplicación del instrumento de recolección de datos el 46 % de los alumnos encuestados identificaron algunas debilidades en la estructura del Plan de Negocios principalmente en el rubro financiero; siendo esta una limitante para participar en convocatorias como el Fondo de emprendedores que les permite bajar recursos para desarrollar mejores productos.

El 37% de los alumnos encuestados coincidieron en la necesidad de asesoría técnica y especializada que les permita dar continuidad al desarrollo de productos:

Registro de marca, Código de barras, tabla nutrimental, y factores de marketing para impulsar los factores que sin duda se consideran en el desarrollo de un producto: Precio, Plaza, Producto y Promoción.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

El 17% restante de los encuestados coincidieron que en el servicio del Centro de Desarrollo empresarial es deficiente e inoperante considerando la importancia en el desarrollo académico de los alumnos que les permitirá identificar las necesidades en la región y de esta manera desarrollar mejores productos y/o servicios.

Las conclusiones muestran que la metodología aplicada fue adecuada para la obtención de la información y que puede ser aplicada en nuevos estudios; la fortaleza de los resultados de la investigación es que explica las actividades específicas empleados para el desarrollo de productos de acuerdo al método de ABP.

Finalmente de acuerdo a los datos obtenidos durante la presente investigación, la sugerencia es implementar una prueba piloto que permita dar seguimiento a través del Centro de Desarrollo Empresarial de la UPGM a las necesidades que surgen durante el desarrollo e impulso de los productos al mercado. Los talleres especializados afines con el rubro financiero y de marketing constituyen elementos clave que sin duda permitirá trabajo dentro del marco del ABP en la UPGM.

Referencias

KENLEY, R. Problem Based Learnig: Within a traditional teaching environment. Faculty of Arquitecture and Building. University of Melbourne, 1999.

MORALES BUENO, P: Y LANDFITZGERALD. Aprendizaje basado en problemas, Theoria, 2004 Vol. 13: 145-157 ISSN.

AMARU MAXIMIANO, A.C. (2008). Administración para emprendedores: Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios. México, Pearson Prentice Hall.

SZimai, A.W. (2011) entrepreneurship, Innovation and Economic Development. Oxford, University.

Bornstein, D. (2010). Social entreprenurship: What Everyone Needs to Know. Nueva York, Oxford.

PRIETO, SIERRA. Emprendimiento: Conceptos y Plan de Negocios, México, Pearson.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Artículo **Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial**
Septiembre 2015 Vol.1 No.1 62-74

Análisis de los modelos formales de generación de valor como una herramienta conceptual para el estudio de la estrategia empresarial

LUNA-SALCEDO, Amir*†`, LINO-GAMIÑO, Juan``, y NERI-TORRES, José```

`Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. 17 Sur 901 Barrio Santiago C.P. 72410, Puebla México.
``Universidad de Colima. Carr. Colima-Manzanillo Km 40. Col. La Estación C.P. 28100, Tecomán, Col.
```Universidad de Colima. Av. Universidad 333. Col. Las Víboras CP. 28040, Colima, Col.

Recibido 12 de Enero, 2015; Aceptado 11 de Mayo, 2015

Resumen

El análisis estratégico se apoya de innumerables teorías y técnicas para mejorar la competitividad empresarial; el valor que las empresas generan al realizar interacciones con otras entidades es una fuente de competitividad y puede ser representado a través de modelos heurísticos los cuales inicialmente intentan formular el modo y las condiciones en que las entidades se relacionan dentro de un sistema y, posteriormente pueden convertirse en modelos formales, es decir funcional y lógicamente comprobables. La utilización de modelos formales permite reducir drásticamente el uso de los recursos empleados para el análisis y resolución de problemas, sin embargo el planteamiento excesivo e inexacto de factores puede generar cierto grado de complejidad innecesaria que dificulta obtener resultados objetivos.

El objetivo de éste trabajo es incrementar la literatura en éste tema a través de analizar los modelos formales del estado del arte de la planeación estratégica que son empleados para estudiar la generación de valor y exponer la importancia de una adecuada conceptualización y ponderación de los factores que delimitan a dichos modelos. Las conclusiones revelaron el potencial de aplicación de la modelación formal a través dinámica de sistemas y la teoría de juegos en el campo estratégico así como la conveniencia de emplear metodologías esbeltas y congruentes a los escenarios.

Planeación estratégica, competitividad empresarial, valor, dinámica de sistemas.

Abstract

The strategic analysis is supported by countless theories and techniques to improve business competitiveness; the value companies generate to make interactions with other agents in their environment is a source of competitiveness and may be represented by heuristic models which initially try to formulate the mode and the conditions under which the entities are related within a system, and then they can become formal models, this mean functional and logically verifiable. The use of formal models drastically reduce the use of resources used for analysis and troubleshooting, however excessive and inaccurate factors approach can generate a degree of unnecessary complexity that makes it difficult to obtain objective results.

The aim of this work is to increase the literature on this topic through analyze formal models from the state of the art of strategic planning that are used to study the generation of value and expose the importance of adequate conceptualization of the factors that define a those models. The findings expose the potential for application of formal modeling through system dynamics and game theory in the strategic field and the desirability of using slender and congruent methodologies to the scenarios.

Strategic planning, business competitiveness, value, system dynamics.

Citación: LUNA-SALCEDO, Amir, LINO-GAMIÑO, Juan, y NERI-TORRES, José. Análisis de los modelos formales de generación de valor como una herramienta conceptual para el estudio de la estrategia empresarial. Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial, 2015, 1-1: 62-74

* Correspondencia al Autor (Correo Electrónico: amir.luna@upaep.edu.mx)
† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

En últimas décadas un creciente número de empresas se esmeran por contar con una ruta confiable que las conduzca con cierto nivel de certidumbre hacia el cumplimiento de sus objetivos dentro de complejos escenarios donde coexisten un número indeterminado de factores que resultan difíciles de identificar y, por lo tanto, lograr medir en forma convincente su correlación con el entorno empresarial; para éste propósito la planeación estratégica ayuda a las organizaciones a:

- Comprender su estructura y naturaleza (atributos).

- La forma en que los factores se relacionan con su medio ambiente (interacción y comportamiento).

- Establecer criterios y definir una dirección (estrategia).

En el modelo de las 5 fuerzas, Porter (1985) propone un enfoque heurístico para explicar la naturaleza competitiva de las empresas y delimitar así los factores medulares de la estructura de la industria en las que se encuentran; si bien ésta estructura o sinergia tiende a ser relativamente estable en un punto determinado del tiempo también puede cambiar ulteriormente debido tanto a factores internos como externos (Porter, 2008), lo anterior infiere que debido a la intervención de factores pronosticables o espontáneos, toda industria se comporta como un sistema dinámico que se transforma hasta cierto punto de forma impredecible, ya sea de modo autónomo o en respuesta a acciones deliberadas. Desde ésta perspectiva, si se parte de un modelo formal teórico de tipo general para desarrollar un análisis cuantitativo complejo de las variables que coexisten dentro de la estructura de la industria resulta difícil poder realizar una estimación holística confiable toda vez que el número de factores y agentes es indefinido y pueden diferir de acuerdo al tipo, ubicación y situación específica, entre otras causas.

Por lo que no sería factible aplicar una metodología única y estandarizada ya que cada industria posee características exclusivas, dinámicas y espontáneas; en éste contexto Porter expone que su modelo de 5 fuerzas no podría emplearse viablemente para analizar la competitividad empresarial en estudios transversales de largo plazo (Porter, 1991); su modelo no considera el factor tiempo. Lo anterior se puede constatar si se establece que la estrategia empresarial en esencia no puede mantenerse por siempre estática y si bien se pueden predecir algunos cuantos patrones genéricos resulta incluso difícil deducir con cierto grado de certidumbre el resultado de la interacción de los factores entre sí.

A principios de los años 60's Forrester desarrolló un método para formalizar sistemas de problemas reales que se presentaban en las empresas y modelarlos en ecuaciones que posteriormente fueron codificadas en simulación por computadora para su análisis, en años posteriores su teoría fue estudiada por un gran número de investigadores, empresas y entidades de gobierno quienes la aplicaron a otras ramas de la ciencia para modelar sistemas sociales; en éste periodo se realizaron algunos estudios específicos para analizar los problemas de vivienda de las áreas urbanas (Forrester J. W., 1969).

La dinámica de sistemas es una metodología que sirve para modelar y estudiar las relaciones que se producen en un sistema y analizar su comportamiento a través del tiempo considerando retardos y bucles de alimentación (Martínez & Requema, 1988), (Forrester J. , 1981), (Aracil & Gordillo, 1997). Para 1990 Senge desarrolla el concepto de organización desde una visión de sistema (enfoque sistémico) asignando importancia al conocimiento individual y colectivo de los colaboradores como instrumento para generar organizaciones inteligentes que puedan adaptarse a los cambios del medio ambiente fácilmente (Senge, 1990)

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

De forma casi paralela a Senge pero desde una perspectiva que pareciera intentar emular principios de la teoría de Taylor (1911), Kaplan y Norton plantearon un modelo de medición del rendimiento mediante indicadores directamente relacionados a la estrategia empresarial (Kaplan & Norton, 1992); si bien estos indicadores, los cuales se denominan KPI (Key Process Indicators) sirven para generar un registro periódico del resultado del rendimiento de los procesos clave que generan valor para una empresa, prácticamente se limitan a analizar una parte del régimen interno dejando a un lado la tarea de examinar gran parte de los factores exógenos que ciertamente también influyen en la estrategia de las empresas.

Resolver la problemática de complejidad y factor de tiempo de los modelos de competitividad estratégica ha sido materia de discusión de los investigadores en los últimos años sin que se haya llegado a resultados evidentemente consensuados.

En 2005 el investigador Michael D. Ryall de la Escuela de Administración de la Universidad de Toronto junto a colaboradores de otras universidades emitió un estudio en el que expone cómo puede ser empleada la teoría de juegos para evaluar oportunidades estratégicas; para 2013, Ryall propuso un modelo genérico de competitividad estratégica dentro de una teoría que denominó Modelo de Captura de Valor (*Value Capture Model*, VCM) teorizando que la tensión entre el valor generado y el no percibido por las operaciones realizadas entre la empresa, los proveedores y clientes permite establecer identidades formales a los factores implicados que pueden ser analizadas a través de un modelo matemático como el de la teoría de juegos (Ryall, 2013); si bien su teoría no excluye en esencia el concepto de las 5 fuerzas de Porter, el modelo de captura de valor resume las fuerzas determinantes a una sola.

En éste contexto Ryall señala que al incluir diferentes tipos de competidores Porter genera una complejidad innecesaria y además no establece una distinción clara entre el valor generado y el valor acaparado. Algunas teorías de estrategia como el Océano Azul (Mauborgne & Kim, 2005) enfatizan la creación de valor más que su apropiación (Ryall, 2013).

En éste contexto se observa que el modelo de Ryall puede resultar viable para efectos del análisis de la competitividad estratégica ya que 1) al analizar una sola determinante no se crea complejidad innecesaria, 2) es modular, lo que permite añadir más factores a la estructura sin que esto represente aumentar la complejidad y 3) la determinante de captura de valor es una fuente comprobable de creación de valor sistémico más que de valor capturado unilateralmente.

Conceptualización de la Planeación Estratégica

Dentro del estado del arte de la Teoría Administrativa es posible hallar una extensa variedad de herramientas y técnicas en materia de planeación que en términos generales sirven para trazar una estrategia. Es preciso detallar los términos plan y estrategia para conceptualizar individualmente los propósitos y alcances de éstos dos conceptos y lo que se obtiene como resultado de su conjunción, Carl Von Clausewitz, un experto de la estrategia militar en el siglo XIX señala que el objetivo principal de cualquier teoría es aclarar conceptos e ideas que se han confundido y enredado (Vego, 2011).

La Real Academia Española define el término Plan como un "Escrito en que sumariamente se precisan los detalles para realizar una obra"; y Estrategia como "Arte, traza para dirigir un asunto" (RAE, 2013).

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Miklos (2001) menciona que la planeación se orienta a obtener o impedir un determinado estado futuro de cosas, Mintzberg (1977) por su parte menciona literalmente que la Estrategia es un "conjunto de directrices desarrolladas con anterioridad a las decisiones específicas a las que se aplican, en terminología común, estrategia es un plan", ambos conceptos parecen tener similitud desde el punto de vista axiológico sin embargo desde un punto de vista funcional el concepto Plan implica el análisis, diseño y programación cronológica de actividades mientras que el concepto Estrategia además de la acción de planear implica la ejecución o práctica inteligible de las actividades planeadas premeditadamente. Lo anterior toma sentido si consideramos a la Estrategia como "la creación de una posición única y valiosa, envolviendo un diferente conjunto de actividades" (Porter, 1996) lo que infiere que:

- Está sujeta a una o más premisas.
- Puede o no prevalecer una condición competitiva.
- La estrategia indudablemente debe generar valor.
- Las actividades deben ser efectuadas de forma diferenciada al resto de competidores de modo que la asociación de valor producida sea docta y funcionalmente inigualable.

A lo anterior se debe agregar que las actividades planeadas pueden ser reajustadas para adecuarlas a las circunstancias experimentadas en algún punto del tiempo posterior a la definición de la estrategia.

Etimológicamente la palabra Plan puede tener dos acepciones, del latín *planus* que literalmente significa plano o llano, y del griego *plános (πλάνος)* que significa impostor (Lewis & Short, 1879); el origen etimológico del concepto Estrategia proviene del latín *strategĭa* y éste del griego στρατηγοί (strategos) (RAE, 2013), que significa "líder del ejército".

Lo que permite deducir que la aplicación de éste concepto tiene sus raíces en el ámbito militar; Pérez (2001) relaciona el empleo de la fuerza bruta como factor determinante de la Estrategia Griega (s. IV) y la compara con la Estrategia China citando a Sun Tzu (El Arte de la Guerra); para quien la inteligencia representaba un factor crítico. En el s. XV Maquiavelo recurre a la Teoría Militar para adaptarla dentro del campo de la Teoría Política principalmente a través de sus tratados El Príncipe (1513) y Del Arte de la Guerra (1532) (Maquiavelo, 2011); durante el s. XIX, Clausewitz y Von Moltke exteriorizan la Teoría Militar de manera más formalizada. Nuemuann y Morgenstern (1944) a través de la Teoría de Juegos propiciaron indirectamente la aplicación del pensamiento estratégico dentro del ámbito de negocios, por lo que se puede inferir que partir de dicha tesis empieza a desarrollarse formalmente la Teoría de la Estrategia en el campo empresarial. De acuerdo a Torres (2007) fue Drucker quien propuso inicialmente el término Decisión Estratégica en su libro The Practice of Management (Drucker, 1954) y posteriormente la Escuela de Negocios de Harvard utiliza el concepto Estrategia como tema central de su conferencia anual en 1955; en los años sucesivos surgieron artículos científicos que discutían relacionalmente los términos Plan y Estrategia en el contexto empresarial por medio de autores como Steiner quien argumenta 5 pasos para ayudar a las empresas en su planeación (Steiner, 1962), siendo Huntington uno de los primeros investigadores en utilizar literalmente el concepto Planeación Estratégica (Huntington, 1960).

Definición de la competitividad a través de modelos

La teoría de juegos es una rama de la matemática aplicada que emplea modelos para analizar la interacción resultante entre las determinantes de entidades definidas utilizando algoritmos que implican la toma de decisión.

ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Neumman fue un precursor de la aplicación de la teoría de juegos en tópicos de economía, su obra plantea un modelo de juego en el que los participantes tienen un rol de interacción cooperativa asumiendo que pueden existir coaliciones entre dos o más de ellos (Neumann & Morgenstern, 1944), posteriormente Nash propone una teoría de juego en el que presenta un modelo donde existe ausencia de coaliciones y comunicación entre jugadores (Nash, 1951). Bertalanffy (1968) define un sistema como un complejo de elementos interactuantes, desde un punto de vista genérico un sistema está constituido por un conjunto de agentes que interaccionan entre si y entre sus atributos (Hall & Fagen, 1956) generando un comportamiento en el que se observa cierto grado de organización lo que permite delimitar cuales elementos pertenecen o no al sistema; para efectos de su interpretación abstracta a través de un modelo formal los agentes de un sistema se pueden representar por medio de símbolos, palabras o cualquier forma de expresión que ayude a comprender formalmente (de forma explícita) su funcionamiento y por lo tanto apreciar la estructura, principios y propósitos que rigen al sistema; un modelo formal es un sistema formal interpretado (Izquierdo, Galán, Santos, & Del Olmo, 2008) cuyo objetivo es exponer de forma explícita, sintética y lógica un ente o fenómeno, sin embargo los modelos formales no siempre pueden representar fielmente el mundo real.

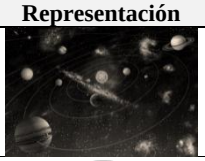
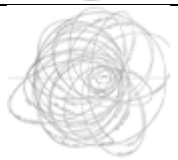
Modelo	Representación	Formalización
Mundo real		Representación de la naturaleza
Modelo Heurístico Sistema Formal		Representación sin significado intrínseco
Modelo Formal		Interpreta formalmente la interacción de los agentes dentro del sistema

Tabla 1 Conceptualización de modelos.

Con el propósito de definir formalmente los sistemas, Bertalanffy establece la estructura conceptual de éstos a través de la teoría general de sistemas (Bertalanffy L. , 1950)

Disponiendo las bases para el análisis y construcción de modelos por medio del enfoque sistémico; el modelado de sistemas permite interpretar los efectos dinámicos que generan los agentes de un sistema ya sea dentro o fuera de éste obteniendo datos que ayudan a comparar el modelo formal contra el mundo real y con ello realizar deducciones.

El análisis de la competitividad empresarial tomó importancia a través Porter (1979) quien propuso un modelo con el que a través de 5 fuerzas o factores preponderantes (Tabla 2) es posible delimitar la composición que rige la competitividad de un sector empresarial;

	Factores
1	La amenaza de nuevos participantes.
2	El poder negociador de los proveedores.
3	El poder negociador de los compradores.
4	La amenaza de productos sustitutos.
5	La rivalidad entre los competidores presentes.

Tabla 2 Las 5 fuerzas de Porter

A diferencia del Modelo de Diamante propuesto también por Porter el cual analiza los factores de una nación o una región geográfica extensa que influyen en la posición competitiva de la misma o una industria respecto a las de otras naciones, las 5 fuerzas que moldean la competencia se enfocan en el estudio de una o más industrias relacionadas entre sí.

El término competitividad expresa el grado de capacidad que un ente posee respecto a otros dado un conjunto de atributos y recursos únicos, para ejecutar u obtener algo a través de actividades similares; competitividad es la capacidad de competir.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Las fuentes de competitividad son extensas y difíciles de catalogar; Porter establece cuatro factores determinantes (Tabla 3) de la competitividad de una nación.

	Factores
1	La dotación de recursos naturales del país.
2	La naturaleza de la demanda interna.
3	La existencia de una estructura productiva diversa.
4	Las condiciones prevalecientes.

Tabla 3 Determinantes de la competitividad

Las determinantes planteadas por Porter reflejan que cada sistema o ente puede poseer o desarrollar diferentes tipos de fuentes de competitividad y que éstas pueden llegar a tener cierto nivel de complejidad. Por mencionar algún tipo de clasificación de fuentes de competitividad se puede decir que se presentan tanto de forma intangible como tangible, pueden ser acumulativas o no acumulativas. La experiencia profesional de un veterano director empresarial es una fuente determinante acumulativa que posee una forma intangible y le sirve para ayudar a la empresa que dirige a competir con base a una mejor toma de decisiones; para el caso de un atleta, éste puede tener amplia experiencia pero su capacidad de competir reside principalmente en las habilidades y el rendimiento físico que éste desarrolle.

Como se expone, las determinantes pueden ser indefinidas y sistemáticamente complejas, es importante mencionar que el concepto de competitividad envuelve componentes estáticos y dinámicos (Klaus, 2009); las determinantes de competitividad empresarial son diversas y varían de acuerdo a cada situación específica por lo que resulta difícil definir sistémicamente un marco de competitividad único que se pueda emplear de forma genérica ya que, cada empresa, industria o clúster industrial posee propiedades y factores exclusivos que determinan de forma particular el contexto en el que está definida su estructura.

Para cada empresa o industria, la competencia determina la adecuación de las actividades de una empresa que pueden contribuir a su rendimiento (Porter, 1985).

Es posible desarrollar y emplear métodos que permitán analizar la forma en que ciertos agentes realizan interacciones a través del tiempo así como las condiciones en las que estos toman decisiones para incrementar su capacidad competitiva dentro del entorno.

Evolución de la conceptualización de Valor y la Estrategia

El término valor tiene varias acepciones que, dependiendo del contexto, pueden diferir en su significado y aplicación; desde una perspectivacompetitiva, valor es el costo que los clientes están dispuestos a pagar por el beneficio que una empresa les proporciona (Porter, 1985) y se mide por los ingresos totales que son un reflejo del precio del conjunto de productos de una empresa y las unidades que puede vender.

La visión de cómo las empresas generan y reciben valor se ha transformado de forma paulatina debido a la proliferación de un enfoque en el que las empresas asumen cierto grado de compromiso con la colectividad en que se desenvuelven considerándose sustancialmente emprendedoras de su entorno más que como una unidad de negocios en la que el rendimiento financiero denota un mayor o menor grado de competitividad; en años recientes han prosperado diversas prácticas empresariales que en cierto modo tratan de darle un giro al efigie del capitalismo de décadas pasadas. Recientemente Porter, quien por largo tiempo se caracterizó por analizar de forma recurrente el capitalismo corporativo desde una perspectiva tradicionalista ha externado en sus escritos que se requiere de una forma más sofisticada de capitalismo caracterizada por un propósito social (Porter & Kramer, 2011).

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Si bien los detonantes estratégicos como el corporativismo humanista (Pérez, 2001) y el valor compartido han sido puesto sobre la mesa de la literatura estratégica desde hace poco más de una década recién empiezan a cobrar fuerza en algunas industrias como la automotriz y la de servicios, las cuales por muchos años si bien mantuvieron un enfoque sistémico gran parte de su visión estratégica aún se apoya de la informática para la delimitación de proyectos y optimización de recursos.

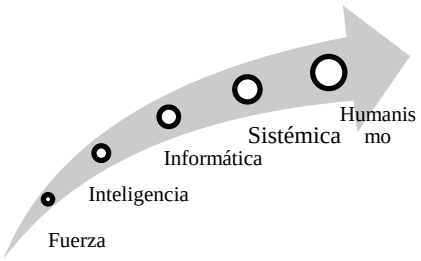


Ilustración 1 Proyección evolutiva del enfoque estratégico

Se emplea el concepto de valor para referirnos a los beneficios que un agente genera como resultado del valor que éste le puede agregar a otros mediante la realización de transacciones entre éstos; el valor que cualquier agente puede capturar al realizar transacciones con otros agentes está delimitado por el valor agregado que cada uno de éstos añaden a los agentes indirectos que se encuentran fuera del grupo (Ryall, 2013). A diferencia del modelo de Cadena de Valor (Porter, 1985) donde se produce un beneficio a través de las actividades que cada agente realiza, Ryall plantea una red de valor sustentando que cada agente produce un beneficio o valor agregado dado el interés que éste tenga por los agentes externos y por el nivel de persuasión que ejerza sobre otros agentes internos de su red para participar y aportar valor; a diferencia del modelo de cadena de valor de Porter, la red de valor de Ryall considera que los agentes con los que se realizan transacciones pueden o no tener un interés por generar valor.

Metodología

El presente estudio posee un enfoque de tipo cualitativo ya que *se enfoca a comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto* (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010), se aplicó el método de la Teoría Fundamentada considerando la revisión documental del estado del arte con el propósito de exponer las tesis con mayor afinidad. A lo largo del artículo se exponen tres ejes conceptuales:

1. Planeación estratégica
2. Modelos formales
3. Generación de valor

El objetivo del estudio es incrementar la literatura en éste tema a través de analizar los modelos formales del estado del arte de la planeación estratégica que son empleados para estudiar la generación de valor.

Como hipótesis se plantea que las empresas que implementan métodos formales para medir la generación de valor tienen mayor probabilidad de modificar las actividades definidas en su estrategia con el propósito de generar interacciones productivas con su entorno.

Preguntas de investigación:

¿Está relacionada la medición de la generación de valor a través de modelos formales con la productividad de las interacciones de una entidad?

Conclusiones

El estudio de la competitividad se ha ramificado y profundizando paulatinamente en los últimos años debido principalmente al número y diversidad de empresas que requieren mecanismos revolucionarios que les permitan adecuarse a condiciones hasta hace pocos años inexistentes.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

La globalización y el surgimiento de nuevos nichos mercados por ejemplo, suponen nuevos retos que no pueden ser atacados mediante estrategias tradicionales por lo que los jugadores situados dentro de diversas industrias se encuentran ávidos por experimentar aquella formulación estratégica que les resulte adecuada no sólo para obtener, sino también para otorgar mejores beneficios a su entorno y, por supuesto, ser más competitivos.

Las empresas que reconocen la generación de valor como un factor decisivo para su competitividad aplican un mayor número de recursos para mantener un flujo de valor constante y emplean métodos que les permiten analizar la calidad de su interacción con el entorno. La teoría de sistemas y la teoría de dinámica de sistemas pueden ser apropiadas como modelos formales para analizar la competitividad estratégica. Considerando que cualquiera de los componentes de un sistema es susceptible a cambios través del tiempo y que éstos pueden modificar la estructura del propio sistema, la teoría de dinámica de sistemas resulta una herramienta apropiada para tratar de comprender las razones de competitividad en términos de determinantes, conjuntos de agentes y dinamismo del sistema debido a que permite delimitar los agentes y sus factores determinantes, modelar la relación que estos guardan entre sí, y observar los efectos resultantes de sus interacciones cíclicas a través del tiempo.

Como futuras líneas de investigación se propone analizar las determinantes de generación de valor a través de un modelo formal basado en dinámica de sistemas con el objetivo de emplearlo como herramienta para el estudio de la competitividad empresarial de algún clúster o industria. El modelo formal deberá ser desarrollado utilizando software de simulación que admita retroalimentaciones cíclicas.

De ésta forma se puede desarrollar conocimiento y una visión más detallada del modelo de captura de valor que sirva para contribuir a la comprensión de los problemas derivados de la complejidad y tiempo presentes en los modelos formales.

El análisis expuesto en el presente artículo demuestra que para el planteamiento de nuevos modelos formales de estrategia empresarial se requiere emplear premisas como la modularidad del modelo, su evolución a través del tiempo y la espontaneidad de los factores de tal forma que se logre evitar complejidad para efectos de un análisis óptimo.

Referencias

Aracil, J., & Gordillo, F. (1997). *Dinámica de Sistemas.* Madrid: Alianza Editorial.

Bannister, G., & Barrot, L.-D. (September de 2011). A Debt Intolerance Framework Applied to Central America, Panama and the Dominican Republic. *International Monetary Fund Working Papers*.

BCN. (2010). *50 años de Estadísticas Macroeconómicas: 1960-2009.* Managua: Banco Central de Nicaragua.

BCN. (s.f.). *BCN (plataforma tecnológica interactiva).* Recuperado el 15 de 06 de 2011, de http://bcn.gob.ni/estadisticas/sic_em50a/

Bello, O. (2010). *Remesas y Tipo de Cambio Real en Nicaragua.* Managua: Banco Central de Nicaragua.

Beraza Garmedia, J. M., & Rodríguez Castellanos, A. (2011). Los Programas de Apoyo a la Creación de Spin Off en las Universidades Españolas: Una Comparación Internacional. *Investigaciones europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 89-117.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Bertalanffy, L. (Agosto de 1950). An Outline of General System Theory. *The British Journal for the Philosophy of Science, 1*(2), 134-165.

Bertalanffy, L. (1968). Teoría General de los Sistemas. En F. d. Económica, *Consideración matemática elemental de algunos conceptos de sistema (1945)* (págs. 56-56).

Cámara de La Fuente, L. (2004). (Hipertext.net, Editor, & STAR Servicios Lingüísticos) Recuperado el 26 de Noviembre de 2014, de <http://www.hipertext.net>

CEMLA. (2009). *Marco de Sostenibilidad de Deuda (MSD): Guía Actualizada PFC HIPC.* CEMLA.

CEPAL. (2010). *Implicaciones de la política macroeconómica, los choques externos y los sistemas de protección social en la pobreza, la desigualdad y la vulnerabilidad en América Latina y el Caribe. Nicaragua.* Santiago de Chile: CEPAL.

Claessens, S., & Diwan, I. (June de 1989). Conditionality and Debt Relief. *World Bank Working Papers*(213), 1-49.

Clements, B., Bhattacharya, R., & Quoc Nguyen, T. (2003). *External debt, public investment, and growth in low-income countries.* Washington D.C.: FMI.

Cordela, T., & Levy Yeyati, E. (2006). A (new) country insurance facility. *Essays in Internacional Finance, 9*(1), 1-36.

Drucker, P. F. (1954). *the Practice of Management.* HarperCollins Publishers.

Engel, R. F., & Granger, C. W. (1987). Co-integration and error correction: Representation, estimation and testing. *Econometrica, 55*(2), 251-276.

Ferrarini, B. (2008). Proposal for a Contigency Debt Sustainability Framework. *World Development, 36*(2), 2547-2565.

FMI. (2003). *Sustainability Assesments: Review of Application and Methodological Refinements.* Washington: FMI.

FMI. (2006). *How to do a Debt Sustainability Analysis.* Washington: FMI.

FMI. (22 de 06 de 2011). *Fondo Monetario Internacional*. Recuperado el 22 de 06 de 2011, de Fondo Monetario Internacional: http://www.imf.org/external/np/exr/facts/spa/fsdsfs.htm

FMI, BM. (2009). *A Review of Some Aspects of the Low-Income Country Debt Sustainability Framework.* Washington D.C.: FMI.

Forrester, J. (1981). *Dinámica Industrial.* Buenos Aires: Editorial Ateneo.

Forrester, J. W. (1969). *Urban Dynamics.* Cambridge, MA, USA: Massachusetts Institute of Technology Press.

Grimes, A. (2006). A Smooth Ride: Terms of Trade, Volatility and GDP Growth. *Ocassional Papers, 6*(4), 1-32.

Gujarati, D. (1997). Econometría. Bogotá: MacGraw-Hill.

Hall, A., & Fagen, R. (1956). Definition of System. *General Systems, 1*, 18.

Hendry, D., & Juselius, K. (2000). Explaining Cointegration Analysis: Part 1. *The Energy Journal, 21*(1), 1-42.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación.* México: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. DE C.V.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación.* McGrawhilll.

Huntington, S. P. (1960). Strategic Planning and the Political Process. *Foreign Affairs magazine*.

Hussain, N., & Gunter, B. (2005). *External Shocks and HIPC Iniciative: Impacts on Growth and Poverty in Africa.* Oxford: African development Bank.

Imbs, J., & Rancière, R. (2005). *The overhang hangover.* Washington D.C.: BM.

IMF. (2002). *Assessing Sustainability.* Washington D.C.: IMF.

IMF. (2003). *Debt Sustainability in Low-Income Countries—Towards a Forward-Looking Strategy.* Washington D.C.: IMF.

IMF. (2005). *Are Fund Staff Projections of Debt More Optimistic Under Program Contexts?* Washington D.C.: IMF.

IMF. (2009a). *Changing Patterns in Low-Income Country Financing and Implications for Fund Policies on External Financing and Debt.* Washington D.C.: FMI.

IMF. (2009c). *Changing Patterns in Low-Income Country Financing and Implications for Fund Policies on External Financing and Debt.* Washington D.C.: IMF.

IMF. (2011). *Modernizing the Framework for Fiscal Policy and Public Debt Sustainability Analysis.* Washington D.C.: IMF.

IMF. (2012). *Revisiting the Debt Sustainability Framework for Low-Income Countries.* Washington D.C.: IMF.

IMF, IDA. (2004a). *Debt Sustainability in Low-Income Countries—Proposal for an Operational Framework and Policy Implications.* Washington D.C.: FMI.

IMF, IDA. (2004b). *Debt Sustainability in Low-Income Countries: Further Considerations on an Operational Framework and Policy Implications.* Washington D.C.: FMI.

IMF, IDA. (2005). *Operational Framework for Debt Sustainability Assessments in Low-Income Countries—Further Considerations.* Washington D.C.: FMI.

IMF, IDA. (2008). *Staff Guidance Note on the Application of the Joint Fund-Bank Debt Sustainability Framework for Low-Income Countries.* Washington D.C.: FMI.

IMF, IDA. (2010). *Staff Guidance Note on the Application of the Joint Bank-Fund Debt Sustainability Framework for Low-Income Countries.* Washington D.C.: FMI.

IMF, IDA. (2011). *Joint Bank-Fund Staff Debt Sustainability Analysis Update 2011.* International Development Association and the International Monetary Fund. Washington D.C.: International Monetary Fund.

IMF, WB. (2006a). *Applying the Debt Sustainability Framework for Low-Income Countries Post Debt Relief.* Washington D.C.: FMI.

IMF, WB. (2006b). *Review of Low-Income Country Debt Sustainability Framework and Implications of the MDRI.* Washington D.C.: FMI.

IMF, WB. (2007). *Staff Guidance Note on the Application of the Joint Fund-Bank Debt Sustainability Framework for Low-Income Countries.* Washington D.C.: FMI.

IMF, WB. (2009b). *A Review of Some Aspects of the Low-Income Country Debt Sustainability Framework.* Washington D.C.: FMI.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Izquierdo, L., Galán, J., Santos, J., & Del Olmo, R. (julio-diciembre de 2008). Modelado de sistemas complejos mediante simulación basada en agentes y mediante dinámica de sistemas. *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales, 16*, 85-112.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (Enero-Febrero de 1992). The Balanced Scorecard-Measures That Drive Performance. *Harvard Business Review*, 71-97.

Klaus, S. (2009). *The Global Competitiveness Report 2009-2010.* World Economic Forum.

Kraay, A., & Nehru, V. (February de 2004). When is Debt Sustainable? *World Bank Policy Research Working Papers*(3200), 1-33.

Krugman, P. (January de 1988). Financing vs Forgiving: A Debt Overhang. *National Bureau of Economic Research Working Papers Series*(2486), 1-34.

Kumar, A. (2007). Does Foreign Investment Help Emerging Economies? *Economic Letter, Federal Reserve Bank of Dallas, 2*(1).

León, M. (1998). Una Evaluación del Tipo de Cambio en la Economía Mexicana. *Tesis de Licenciatura, UNAM*, 125.

León, M. (2008). La hipótesis de eficiencia y el precio de las acciones. Grado de eficiencia semifuerte del mercado mexicano. *Tesis de Maestría, FCA-UNAM*.

Lewis , C., & Short, C. (1879). *A Latin Dictionary.* New York: Harper and Brothers.

M. Reinhart, C., & Rogoff, K. (2010). *Debt and growth revisited.* VOX.

M. Reinhart, C., S. Rogoff, K., & A. Savastano, M. (2003). *Debt Intolerance.* Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.

Maquiavelo, N. (2011). *Maquiavelo (Estudio Introductorio de Juan Manuel Forte Monge).* Gredos.

Martínez, S., & Requema, A. (1988). *Simulación dinámica por ordenador.* Madrid: Alianza Editorial.

Mauborgne, R., & Kim, W. (2005). *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant.* Boston: Harvard Business School Press.

Mendoza, E. G. (1995). Then Terms of Trade, The Real Exchange Rate, And Economic Fluctuations. *International Economic Review, 36*(1), 101-137.

Miklos, T. (2001). *Planeación prospectiva : una estrategia para el diseño del futuro.* México: Limusa.

Mintzberg, H. (1977). Strategy Formulation as a Historical Process. *International Studies of Management & Organization, 7*(2), 28-40.

Montez, J., Ruíz-Aliseda, F., & Ryall, M. (2013). Quantifying the negative and positive effects of competitive intensity on firm performance.

Mwaba, A. (2005). *Beyond HIPC: What are the Prospecs for Debt Sustainability?* African Development Bank.

Naranjo Africano, G. (2011). Spin Off Académica en Colombia: Estrategias para su desarrollo. *Red de Revistas Científicas de América Latina, España y Portugal*, 35-43.

Nash, J. (1951). Non-Cooperative Games. *Annals of Mathematics, 54*, 286-295.

Neumann, J., & Morgenstern, O. (1944). *Theory of Games And Economic Behavior.* Princenton University Press.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Pattillo, C., Poirson, H. K., & A. Ricci, L. (2002). *External debt and growth.* Washington D.C.: FMI.

Pattillo, C., Poirson, H. K., & A. Ricci, L. (2002). External Debt and Growth. *International Monetary Fund Working Papers*, 1-48.

Pérez, R. A. (2001). *Estrategias de Comunicación.* Barcelona: Ariel.

Pico González, B. (2007). *Diseño e implementación de un modelo de formación de emprendedores sustentado en la calidad humana como parte fundamental de la calidad educativa.* Tesis, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Centro Interdisciplinario de Posgrados, Investigación y Consultoría, Puebla.

PNUD. (2007). *External Debt and the Millenium Development Goals: A New Sustainable Framework.* Nueva York: Naciones Unidas.

Porter, M. (Marzo-Abril de 1979). How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard Business Review, 57*(2), 137–145.

Porter, M. (1985). *Competitive Advantage.* Free Press.

Porter, M. (1991). Towards a Dynamic Theory of Strategy. *Strategic Management Journal, 12*, 95-117.

Porter, M. (1996). *What Strategy Is.* Harvard Business Review.

Porter, M. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 78-93.

Porter, M., & Kramer, M. R. (Enero-Febrero de 2011). La creación de valor compartido. *Harvard Business Review*, 18.

Reinhart, C., Reinhart, V., & Rogoff, K. (April de 2012). Debt Overhangs: Past and Present. *National Bureau of Economic Research Working Paper*(18015), 1-29.

Reinhart, C., Rogoff, K., & Savastano, M. (August de 2003). Debt Intolerance. *National Bureau of Economic Research Working Paper*(9908).

Rostow, W. (1959). The stage of economic growth. *The Economic History Growth, 12*(1), 1-16.

Rubiralta, M. (2006). El Papel de los Parques Científicos en la Incubación de Empresas de Base Tecnológica. *Parque Científicos* , 103-117.

Ryall, M. D. (2013). The New Dynamics of competition. *Harvard Business Review*.
Senge, P. (1990). *The Fifth Discipline.* Doubleday/Currency.

Solow, R. M. (1956). A Contribution to the Theory of Economic Growth. *The Quarterly Journal of Economic, 70*(1), 65-94.

Steiner, G. A. (1962). Making Long-range Company Planning Pay-off. *California management review : CMR, 4*(2), 28-41.

Taylor , F. (1911). *The principles of scientific management.* Harper & Brothers.

Thorburn, L. (2000). Knowledge Management, Research Spin Offs And Commercialitation of R&D in Australia. *Asia Pacific Journal of Management* , 257-275.

Toro, D. (2009). Long-Run Economic Growth: Modeling Exercise for Emerging Markets. *Macroeconomic Theory, School of Economic Sciences, Washington State University*, 1-5.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Torres Romay, E. (3 de 12 de 2007). La Evolución Histórica de la Estrategia como Base de la Situación Actual de las Estrategias Publicitarias. *FISEC-Estrategias - Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, 3*(8), 3-26.

Uribe, É. (26 de Agosto de 2014). *Soy entrepreneur.com*. Recuperado el 02 de Julio de 2015, de Soy entrepreneur.com: http://www.soyentrepreneur.com/27320-las-nuevas-reinas-del-juego.html

Vego, M. (2011). On military Theory. *Joint Force Quarterly*(62), 59-67.

Wong, H. T. (2010). Terms of trade and economic growth in Japan and Korea: an empirical analysis. *Empirical Economics, 38*(1), 139-158.

World Bank. (01 de 06 de 2012). *World Development Indicators Online (WDI) Database*. Recuperado el 01 de 06 de 2012, de World Development Indicators Online (WDI) Database: http://databank.worldbank.org/ddp/home.do

Wyplosz, C. (2007). Debt Sustainability Assessment: The IMF Approach and Alternatives. *HEI Working Paper*(03), 1-35.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Artículo **Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial**
Septiembre 2015 Vol.1 No.1 75-84

Escenarios de emprendimiento universitario con sentido Ético

CHÁVEZ-CONTRERAS, Leonel*†`, MADRIGAL-MORENO, Francisco`, DÍAZ-VÁZQUEZ, Alberto y SILVA-CORONA, Jaime`

`Calle Circunvalación No. 551 Colonia La Lima, Zamora Mich. C.P. 59699

Recibido 13 de Enero, 2015; Aceptado 12 de Mayo, 2015

Resumen

En Michoacán la economía se ha visto mermada en virtud de la falta de oportunidades de empleo, considerándose varios factores como causantes del grave problema, donde destacan: la grave inseguridad, la pérdida de valores y de credibilidad por parte del sistema de gobierno actual.

Una solución visible al problema, es generar mayores oportunidades a los jóvenes con características de emprendimiento, generando instrumentos de capacitación y adiestramiento que les prepare para fortalecer la economía.

Es imprescindible que los programas de incubación de empresas dentro de las universidades, generen
certeza y credibilidad y eviten causar desgaste en los estudiantes.

La responsabilidad del gobierno del Estado de Michoacán es determinante, ya que en ese ámbito, se congelan programas, se distorsiona su destino y propicia desánimo en los estudiantes interesados en el emprendedurismo.

Con el ánimo de mejorar la economía de los michoacanos, es apremiante gestar cambios en los procedimientos de las incubadoras de empresas, para que se genere certidumbre y pasión por esta actividad.

Emprendimiento, valores, incubación

Abstract

In Michoacán economy has been weakened under lack of employment opportunities, considering several factors as the cause of serious problems, which include severe insecurity, loss of values and credibility by the current system of government.

A visible solution to the problem is to generate greater opportunities for young people with entrepreneurial characteristics, creating training tools and training that prepares them to strengthen the economy. It is imperative that business incubation programs within universities generate certainty and credibility and avoid causing wear on students.

The responsibility of the government of the State of Michoacán is crucial, since in this area, programs are frozen, their fate is distorted and discouragement encourages students interested in entrepreneurship.

With the aim of improving the economics of Michoacan, is pressing gestate changes in procedures of business incubators, that certainty and passion generated by this activity.

Entrepreneurship, values, incubation

Citación: CHÁVEZ-CONTRERAS, Leonel, MADRIGAL-MORENO, Francisco, DÍAZ-VÁZQUEZ, Alberto y SILVA-CORONA, Jaime. Escenarios de emprendimiento universitario con sentido Ético. Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial, 2015, 1-1: 75-84

* Correspondencia al Autor (Correo Electrónico: chavezleonel63@yahoo.com.mx)
† Investigador contribuyendo como primer autor.

©ECORFAN-Spain

Introducción

Es por todos conocido, que sin el conocimiento y la práctica de las leyes que la moral prescribe, no puede haber entre los hombres, ni paz, ni orden ni felicidad. Carreño, (1853).

En su libro Manual de Urbanidad, vigente aun en el siglo XXI, es una guía básica en el tema de las buenas costumbres. Tal es su impacto, que la mención de su título en expresiones del tipo *Un manual de Carreño del correo electrónico,* señala la codificación por escrito de lo que se considera como lo adecuado en urbanidad y trato entre las personas. Op. Cit.

En éste artículo, se plantea la problemática del emprendedurismo universitario, destacando la reflexión filosófica de Kant sobre la ética y los valores, elementos sin los cuales, las organizaciones se tornan endebles y son causa principal de la desaparición temprana de muchas organizaciones.

De igual manera, se analizan las posibles implicaciones (teóricas y prácticas) en las tareas del emprendedor, donde no se puede desdeñar la relevancia que tienen los valores y principios éticos en su trato con clientes, proveedores, sus recursos humanos y demás actores del mundo empresarial. La moral, entendida como reglas y códigos de acción es insuficiente para rendir cuentas de la ética en su sentido más originario dentro de la empresa. Foucault, (1984); en tal sentido, es menester la puesta en práctica de éste sentir filosófico. En la época contemporánea**,** el emprendedurismo puede representar un interesante paliativo para la desgastada economía mexicana, la cual presenta un panorama poco promisorio en el corto y mediano plazo, acrecentando los reclamos y el hastío de la sociedad, la cual cada es cada vez más incrédula con el actual sistema gubernamental.

Sin embargo, los procesos de las incubadoras de empresas en los planteles educativos de nivel superior, que podrían ser un respaldo a la economía michoacana, de ordinario, caen en un marasmo burocrático, en un ir y venir de los jóvenes interesados al emprendimiento, hasta llegar al cansancio, que desalienta y reprime el optimismo, creatividad e innovación de los jóvenes emprendedores, cancelando cualquier posibilidad de concretar sus sueños, de ser empleadores.

En tal sentido, durante los años 2011 y 2012, se encontraban funcionando un importante número de incubadoras en la mayor parte de los planteles de educación superior en Michoacán, sin embargo, a principios del 2013, la gran mayoría de incubadoras, entraron en caos, dejando de recibir tutorados, quedando las áreas que fueron creadas exprofeso, como tristes elefantes blancos.

Los gastos para atender estas incubadoras de empresa, eran elevados, ya que se utilizaban servicios de asesoría de la capital michoacana, donde de forma recurrente, eran contratados profesionistas que al cobrar sus viáticos y asesorías, elevaban los costos para el plantel universitario, mostrando en lo general muy poco compromiso en concretar los objetivos de la incubadora, lo que desencadenó en vicios administrativos, que dieron al traste con dichos programas.

Así, Matsushita señala que cualquier negocio que abandona su misión real en la sociedad y hace de la acumulación de utilidades, su único objetivo, no puede ser defendido. La utilidad es de hecho, la recompensa que una empresa recibe de la sociedad por completar su misión exitosamente. Matsushita, (2000).

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Con estos antecedentes, apremia reformar los procedimientos y esquemas formativos y retomar el programa de incubación de empresas, con objetivos claros y bien definidos. Deben mejorar las oportunidades para los jóvenes interesados, privilegiando aquellas características de los emprendedores como el vivir en valores, distinguirse por su alto sentido de responsabilidad, honestidad, compromiso; que tengan una absoluta y clara convicción para integrarse al mundo de los empleadores, rasgos que pueden ser perceptibles y comprobables sin mucha dificultad.

Con estos argumentos, es menester pugnar por el cambio de paradigmas, con nuevos esquemas para detectar a talentos valiosos, simplificarles los engorrosos e innumerables trámites de que son objeto, elevarles su autoestima y efectuar una adecuada selección de los más idóneos, es decir, desterrar la corrupción que ha venido permeando durante tantos años.

En ésta propuesta de efectuar cambios en el funcionamiento de las incubadoras de empresas, vale la pena privilegiar como aspectos de mayor valor, la connotación de los valores éticos y morales, su compromiso por alcanzar la meta de lograr su financiamiento.

La consideración de Pascal, (1623-1662) al decir, *El corazón tiene razones que la razón ignora*, es un elemento contundente que reclama la necesidad de programas viables y factibles, que abandonen la simulación de algunas instituciones.

Por su parte Rousseau, (1712-1778) reafirma lo anterior al plantear: ¿*De dónde tomo mis reglas de conducta*?. *Las encuentro en mi corazón. Lo que siento que es bueno*. *Lo que siento que es malo, ¿es malo? La conciencia es el mejor de los casuistas*.

Con relación al concepto de ética, que proviene del griego ethkós, que viene de ethos para significar costumbre, hábito, aspectos consuetudinarios.

La ética tiene que ver con las acciones buenas o acciones que la sociedad percibe como inadecuadas, por lo que la responsabilidad que tienen las empresas, infiere un gran compromiso con su práctica, al recordar que una empresa, se debe a la sociedad, debe generar confianza y credibilidad en los productos o servicios que ofrece.

El término emprendedor es derivado de la palabra francesa *entrepreneur*, comúnmente usado para describir a un individuo que organiza y opera una o varias empresas, asumiendo cierto riesgo financiero en el emprendimiento.

Emprender, significa, salir de la zona de confort, enfrentar retos, desafíos, buscar algo diferente. Templar, (2006), p.60

El acto moral, por lo que toca al agente, se consuma en el resultado, es decir, en la realización del fin perseguido. Sánchez, (2006) p. 68

Requiere que el emprendedor, haga lo que quiere con gran convicción, sin la dependencia de sus padres, tomarse las cosas muy en serio en busca del éxito. Savater, (2005), p.49

Por otro lado, la moral que deriva de la voz latina mor-moris, que se traduce como costumbre, conducta, es la forma de vida de los individuos, basada en la práctica de las buenas costumbres.

La teoría del amor es un ingrediente más de las formas más sobresalientes del espíritu sintético que anima la filosofía de Platón,… el amor unifica a los contrarios. Robin, citado González, (1997), p. 71

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Para Joseph Alois Schumpeter, los emprendedores son innovadores que buscan destruir el estatus-quo de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios.

Por su parte Peter Drucker, sugiere que un emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende un emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso.

En tanto que Howard Stevenson considera que el emprendedurismo es la búsqueda de oportunidades independientemente de los recursos controlados inicialmente, cambar el statu-quo.

El emprendedurismo, es representado cuando un universitario aplica su talento creador e innovador para iniciar su propia empresa o engrandecer una ya existente. (Anzola, 2003).

Un rasgo complementario y determinante en la personalidad de un emprendedor, es el liderazgo ético que según Ciulla (1998), puede definirse como la capacidad de promover continuo progreso, desde una predisposición al cambio creador y una visión compartida que ilusiona y mueve a las personas hacia las metas deseadas en cada momento.

Por otra parte, la responsabilidad social entendida por Navarro (2009), como el grado de obligaciones que la organización asume a través de acciones que protegen y mejoran el bienestar de la sociedad a medida que trata de alcanzar sus propios objetivos, es la forma en cómo afecta a la comunidad.

Si una organización es socialmente responsable cumpliría las siguientes obligaciones:

a) Incorporar objetivos sociales a sus procesos de planeación.
b) Aplicar normas comparativas de otras organizaciones a sus programas sociales.
c) Presentar informes a los miembros organizacionales y a los socios sobre los progresos de la responsabilidad social.
d) Experimentar diferentes métodos para medir el desempeño social.

Para Martin de Castro (2008), la ética tiene como propósito el fomento de la reputación corporativa que promueva admiración, valoración, además de la confianza que incentive la credibilidad para el posicionamiento que determine preferencia por parte del público. Para que la ética sea sostenible requiere de la práctica social y para que la responsabilidad de la empresa sea autentica, necesita de las fundamentaciones éticas.

En este sentido, Heifetz (1999), sostiene que el liderazgo ético es un concepto ambiguo que incluye diversos elementos. Resulta útil distinguir entre la ética de un líder individual y la ética de los tipos concretos de conducta de liderazgo.

Existen varios criterios para juzgar la ética de los líderes individuales, incluyendo los valores, la etapa de desarrollo moral, las intenciones conscientes, la libertad de elección, el recurso a una conducta ética o inmoral, y los tipos de influencia que utiliza una persona. Los líderes famosos suelen tener una combinación de fortalezas y debilidades respecto a estos criterios.

Por su parte Yarce, (2005) expone que el liderazgo ético es la capacidad de influir, motivar, organizar y llevar a la acción para el libre logro de sus fines y objetivos, a las personas, grupos y sociedades, en un marco de valores.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

El liderazgo es un potencial que se realiza de muchas maneras y en situaciones muy diferentes. Está muy relacionado con el cambio y con la transformación a nivel personal o colectivo.

Características del emprendedor efectivo

No todos los emprendedores son iguales, sin embargo algunos de los rasgos esenciales que deben poseer para alcanzar sus objetivos serían: Los valores, las virtudes y actitudes. Destacan; la honestidad, responsabilidad, solidaridad, trascendencia, compromiso, creatividad e innovación, valores que deben administrarse de forma adecuada.

Algunos de los factores que impulsan el emprendimiento, se fundamentan en la teoría de los recursos, que señala que para competir y obtener buenos resultados, son determinantes los recursos tangibles e intangibles de la empresa y destacan: su educación, experiencia, conocimientos, la percepción de oportunidades y de habilidades, ambiente de desarrollo, capital y expectativas que tengan acerca del futuro del negocio (Wernerfelt, 1984, Eisenhardt, 1996).

Al respecto Nietzsche inquiere; porqué los escépticos desagradan a la moral?, su respuesta es de contundente lucidez: quien coloca muy alto su moralidad y la toma demasiado en serio, se encona con el escéptico en moral, ya que al poner toda su fuerza en juego, exige que se extasíen y no que examinen sus actos y se dude de ellos. Savater, (2008), p. 39

Fuera de las academias, pocos hablan de ideología y psicología, sin embargo las cuestiones sobre sociedad, el poder público y la propiedad, se agitan en todas esferas del universo. Los emprendedores, tienen el deber de prepararse y mantenerse actualizados profesionalmente, para prestar un servicio de calidad a la sociedad. Zamorano, (2005),p. 123

Sobre éste aspecto, es necesario aclarar el juicio moral sobre las acciones humanas, donde no siempre es fácil decidir cómo se actuará; se enfrentan dudas al momento de actuar en situaciones complejas, surge gran inquietud hacer algo mal y causarle daño a alguien, esto denota falta de firmeza en algunas obligaciones. Gómez, (2010), p. 39 Es imprescindible la consideración de que el comportamiento de los jóvenes de hoy, está lleno de modelos de comportamiento, que se repiten en masa, las mismas actitudes hacia ciertas realidades, fenómenos producidos por las masas, de las que son parte importante. Carmena, (1995)

La actual época del consumismo, donde todos pretenden imitar un modelo de comportamiento, capturado a través del televisor, del cine, la publicidad, la prensa, etc. que crea prototipos de comportamientos, moda, slogans, que al final, carecen de razones objetivas. Carmena, (1995), son claros destellos de la falta de conocimiento de sí mismo.

a) Deberes del emprendedor para consigo mismo.

Igual como un gran recorrido inicia al dar el primer paso, de igual manera un buen emprendedor profesional, inicia cuando decide acatar los deberes que tiene para consigo mismo. Torres, (2010), p. 158

Para ello el individuo debe amarse y respetarse, conocerse así mismo, cuidar su propia conservación, evitando excesos y extravíos, cuidar la salud, controlar las emociones a través del imperio de las virtudes como la continencia, la paciencia y tolerancia. Ibid, 158

b) Deberes para con la profesión

No equivocarse en elegir el emprendedurismo, que en delante será su inseparable compañero, que deberá respetar y cuidar con prudencia.

ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Disponer de las habilidades que esto requiere; dedicarse con esmero, disciplina y talento.

Mantener una permanente actualización científica y tecnológica, para su debida aplicación.

Guardar el secreto profesional y cultivar los valores y practicar las virtudes en el ejercicio de su actividad, buscando una remuneración justa y efectuar inversiones importantes a su recurso humano, a fin de garantizar las condiciones esenciales para el desarrollo de su personal.

c) Deberes para con sus colegas

Evitar la obtención de ventajas indebidas sobre sus similares del sector empresarial, abstenerse de hacer pronunciamientos que descalifiquen a su competencia, respetar el ejercicio de la profesión o actividad de otras empresas y generar un clima de confianza, que propicie el trabajo en equipo y la posibilidad del crecimiento de su personal.

d) Deberes para con los usuarios

Son su propia responsabilidad y se debe a la prestación de servicios o entrega de productos de alta calidad a un costo competitivo, por tanto, debe responder a las necesidades de su sector, poniendo al alcance de sus usuarios, todas sus capacidades, saberes y desarrollar su actividad con alto grado de profesionalismo, donde el cliente reconozca que sus necesidades fueron satisfechas más allá de su expectativas.

e) Deberes para con sus proveedores

Cerrar tratos y contratos de beneficio mutuo.

Cubrir los pagos en tiempo y forma.

Buscar proveedores con suficiente solvencia moral, tecnológica y financiera.

Responder a la confianza de sus proveedores.

f) Deberes para con la sociedad

Coadyuvar con el cuidado ambiental, cuidar el equilibrio entre sus intereses financieros y los de sus trabajadores, reduciendo esa brecha que ha sido causa de innumerables conflictos a través de los años.

Cumplir con las características de los productos que publicita.

Ilustrar a su clientela de forma fehaciente, respecto a los productos que está adquiriendo.

Lograr el éxito comercial fundado en los valores y el respeto a las personas, a su comunidad y al medio ambiente.

Cumplir con prontitud, equidad y de buena fe, los compromisos de su establecimiento, atendiendo los aspectos impositivos, crediticios, con calidad, precio y servicio.

Contribuir de forma efectiva, al dinamismo de la vida cultural de su entorno social.

Ideas morales y carácter práctico

Las normas morales o leyes, positivas, son necesarias para salvaguardar el orden y la seguridad social. Berumen, Gomar y Gómez, (2001), p. 97

Todo individuo dispone de ideas morales, sabe discriminar del bien y del mal, enfrenta en sí mismo, resistencia a prescindir de la existencia del orden moral, sin embargo a menudo enfrenta dilemas que ponen a prueba la firmeza de sus convicciones éticas y morales.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Las ideas morales, no deben ser especulativas, deben ser prácticas y formar parte de la cotidianidad de un individuo, sin embargo deben ser reforzadas de manera constante, así, los jóvenes que inician el emprendimiento, sufren constantes tropiezos, virtud del ambiente contaminado que se respira en el país, los rasgos impetuosos que les distinguen, en función de su incipiente emancipación, los coloca vulnerables ante los embates de una sociedad con altos índices de corrupción y descomposición social.

La necesidad de observar reglas.

Los jóvenes en el ejercicio de sus facultades empresariales, deben sujetarse a un orden que impida la transgresión de la norma, que los conduzca a equívocos de carácter moral y ponga en entredicho su negociación.

Culturalmente este aspecto no es sencillo de cumplir, existe la prevalencia de acudir a salidas "fáciles", sin reparar en las probables consecuencias del acto.

Perfil deseable del emprendedor

El emprendedor debe contar con la suficiente capacidad para incursionar dentro del mundo empresarial, lo cual puede lograr sin mucha dificultad, asistiendo a las asesorías programadas, debiendo ser estas, mejor definidas y más concretas, para generar credibilidad.

Debe además mostrar un serio compromiso de continuidad a su proyecto, es decir, que no tenga una participación eventual, lo que represente pérdidas para la institución que está efectuando una inversión.

Firmar una carta compromiso con la institución que le instruye y en su caso responder por sus actos cuando estos involucren y causen detrimento a la institución.

Contar con principios sólidos y actuar siempre dentro de la legalidad, evitando cometer abusos con su clientela.

Según Minniti (2010), el desarrollo de una empresa depende de factores personales (antecedentes, valores, actitudes o motivaciones) y de factores sociales (la cultura, el apoyo social y de la percepción que tiene el individuo sobre qué pensarán las personas con relación a que cree una empresa) (Krueger y Brazeal, 1994).

Enfoque de valores éticos del emprendedurismo

De acuerdo con Guédez, (2002), el término enfoque sugiere los criterios de focalización, acercamiento o evaluación de la acción de la ética. El esquema más tradicional indica que existen tres enfoques esenciales, que son:

- **Teológico** o ética de los propósitos y de los fines, que trata de la búsqueda e intenciones que proporcionan el impulso. Se concibe que lo correcto es lo que se hace con un determinado propósito y todo lo que se hace con un determinado propósito o todo lo que se aleje de esa dirección es incorrecto.

- **Deontológico** o ética de las normas; donde a partir de este criterio se piensa en los principios y reglas que pautan las conductas que determinan la naturaleza moral de los actos.

- **Pragmático** o ética de los resultados, donde se enfocan las consecuencias e impactos que producen las acciones; el tipo y grado de afectación que se produce en los otros como consecuencia de las acciones. En cuanto a la ética y las tendencias gerenciales, según el autor señalado anteriormente, se encuentran las siguientes:

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

a) El tránsito de la planificación convencional a la planificación estratégica, donde la primera es la relación de la realidad y aspiración y establece una secuencia de etapas separadas y diferenciadas entre el deber ser, el poder ser y el tender a ser; se inspira en predicciones y certezas. Mientras que la planificación estratégica establece una mediación entre lo que se aspira y lo que se hace, se anticipa a los escenarios y se perfilan planes de contingencias, con esto se quiere decir que se apoya en la incertidumbre y la previsión de alternativas.

b) Énfasis en las ventajas competitivas, basado en el conocimiento y en el dominio tecnológico, las cuales están siendo superadas por las ventajas cooperativas ya que cualquier relación de confrontación generalmente desemboca en una dinámica de ganar o perder, con lo cual a la larga promueve otro desenlace similar, puesto que la cooperación es más importante que las luchas tradicionales en las cuales el ganador se lo lleva todo. Al combinar lo competitivo con la cooperación se obtienen acepciones más flexibles y abiertas y se hace referencia a las responsabilidades éticas.

c) La gerencia de instrucción y la gerencia de los valores, ambas han reflejado un desenvolvimiento gerencial pasando por diversos procesos, donde la instrucción va desde el peso directivo a la fiscalización de órdenes y la de valores va más allá de la gerencia estratégica, porque se enfatiza en lo que hay que hacer y se impone para hacerlo con lo que se tiene y con lo que se sabe.

d) Noción de capital tangible hacia la prioridad del capital intangible; Es objeto de reflexión, al relacionar el dominio de información y la consolidación de conocimiento.

Hipótesis: La práctica cotidiana de valores de los jóvenes universitarios, facilita la tarea del emprendedurismo y garantiza mayores probabilidades de éxito.

Presencia latente de oportunidades

Las oportunidades siempre están presentes, sin embargo la función del emprendedor es saber reconocerlas (Drucker, 2007). La percepción de oportunidades se mide con consultas a la población adulta, sobre si percibe que en los dos trimestres, se presentarán buenas oportunidades para iniciar un negocio en la región en donde vive (GEM 2013).

Dettienne y Chandler (2007) y Guzmán y Rodríguez (2008) encuentran que los individuos, utilizan distintas formas de identificar oportunidades ya que cada uno tiene distintos cúmulos de conocimientos y percepciones.

En países subdesarrollados, a pesar de la falta de igualdad de oportunidades de financiamiento para la creación de nuevas empresas, muchos jóvenes siguen emprendiendo (Quevedo, 2010).

Temor al fracaso

El miedo al fracaso empresarial en México, es uno de los principales obstáculos que enfrenta la sociedad, aspecto que no logra evadir la comunidad universitaria.

Cobra gran influencia su formación cultural y familiar, sin descontar el aspecto económico del emprendedor, factor que disminuye de manera importante a medida que aumenta el nivel de desarrollo de los países (Kelley et. al., 2013).

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

En el proceso del emprendimiento no solamente existen historias de éxito, al dar un seguimiento puntual, pueden detectarse toda una serie de fracasos.

Los programas universitarios de incubadoras de empresas, deben brindar mayor certeza a los jóvenes interesados en crear su propio negocio.

Debe existir una mayor transparencia en el manejo de recursos para tal fin, evitando los engorrosos trámites, por los que deben pasar los nóveles empresarios, que les motive a culminar con sus proyectos.

Fuentes de financiamiento

Las principales fuentes de financiamiento de un nuevo negocio provienen de inversionistas formales (préstamos bancarios), informales (personas que suelen tener una relación familiar, de amistad o de relaciones de trabajo con el emprendedor, actúan de forma desinteresada y suelen invertir cantidades pequeñas sin esperar un retorno específico) (Riding, 2008).

Sobre este aspecto, es importante destacar la necesidad de flexibilizar los requisitos, para los jóvenes que están cumpliendo a cabalidad con los programas de capacitación, estableciendo niveles que permitan alcanzar oportunidades para quienes cumplen con el perfil.

Actualmente en el ámbito universitario, se somete a un profundo desgaste a los aspirantes, se les mide con la misma tabula rasa, lo que representa un inadecuado procedimiento, sobre todo para aquellos que verdaderamente tienen el interés por crear su propia empresa.

Metodología

La presente investigación se basa en un análisis de las principales causas que inhiben la actividad del emprendedurismo, destacando las prácticas gubernamentales y universitarias que dificultan la concreción de resultados de los jóvenes emprendedores. La falta de credibilidad y compromiso de algunas autoridades universitarias y desde luego, los puntos débiles que presentan algunos de los aspirantes a ser empleadores.

Conclusiones

En esta investigación se ha presentado un análisis cuantitativo sobre los factores personales y sociales que influyen en el emprendimiento universitario.

Los resultados indican que los factores personales y culturales, como el miedo al fracaso y los factores sociales como la tasa de inversión formal e informal, tienen en la actualidad, un efecto negativo en los emprendedores universitarios, situación que puede revertirse con un nuevo enfoque del emprendimiento.

En México existe gran potencial para iniciar nuevos negocios, sólo hace falta darle un tratamiento más asertivo a la capacitación y promoción de universitarios, mayor flexibilidad de las instituciones fiduciarias, generar credibilidad y certeza para el sector juvenil, manejo de un lenguaje claro y concreto, presupuestos tangibles de los gobiernos federal y estatal.

Existe gran tendencia para avanzar en el tema del emprendedurismo en México, importantes estudios así lo dejan ver. (Guerrero et. al., 2014; Monjarás et. al., 2010). Así mismo, estos resultados permiten avanzar en el conocimiento de la actividad emprendedora en el país.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Referencias

Aristóteles (1981). Ética Nicomaquea. Política. Novena edición. Colección "Sepan cuantos". México, Porrúa.

Berumen de los Santos, Gomar Ruiz y Gómez Danés. Ética del ejercicio profesional, Ed. Grupo Patria Cultural, Nuevo León, 2001.

Cantero, Instituto Mexicano de Contadores Públicos, Ed. CEMPRO, México, 2005.

Carmena, Miguel. Ética para Pancho. Al rescate de los valores de los jóvenes, Ed. Diana, México, 1995.

Carreño, Manuel Antonio. Manual de urbanidad, Venezuela, 1853.

Castro, G. (2008), Reputación empresarial y ventaja competitiva. Ed. ESIC. Madrid.

Chávez, Martha Alicia, En honor a la verdad. El autoengaño y la autenticidad, Ed. Grijalbo. México, 2008.

Ciulla, J. (1998). Ethics, the hart of leadership. Preager publishers. Library of the congress. Washington.

Foucault, M. Historia de la sexualidad. Tomo II.

Foucault, Michell, Histoire de la sexualité 3: Le souci de soi, 1984, Ed. Gallimard.

Gómez Navas Eduardo, Ética y Valores I Ed. McGraw Hill, México, 2010

González Valenzuela Juliana, Ética y Libertad, Ed. Fondo de cultura económica, UNAM, México, 1997.

Guédez, V. (2006). Ética y Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial. Ed. Planeta

Heifetz, R. (1999). Leadership without easy answers. The Belknap press of Harvard University Press. Cambridge, Massachussets, USA

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática

Matsushita, K. Mi filosofía administrativa, Ed. Castillo, México, 2000

Navarro, F. (2009). Responsabilidad Social Corporativa. Teoría y práctica en la empresa. Editorial ESIC. Madrid.

Rodríguez, A. María del Carmen. Sobre Ética y Moral.

Sánchez Vázquez Adolfo, Ética, Ed. Debolsillo, México, 2006

Savater, Fernando, Ética para Amador, Ed. Ariel Aula, Barcelona, 2005

Savater, Fernando, Invitación a la Ética, Ed. ANAGRAMA, Barcelona, 2008.

Templar Richard, Las reglas de la vida. El código definitivo para una vida feliz, Ed. Pearson Prentice Hall, Madrid, 2006

Torres, Hernández Zacarías, Introducción a la ética, IPN, Ed. Patria, México, 2010

Yarce, J. (2005). El poder de los valores en las organizaciones. Ediciones Ruz. Primera edición. Mexico.

Zamorano García Enrique, Ética Profesional.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Artículo **Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial**
Septiembre 2015 Vol.1 No.1 85-90

Empresarialidad femenina en Valle de Santiago, Guanajuato

CARMONA-GARCÍA, Nélida*†`, RAMÍREZ-BARAJAS, Alejandro`, ALMANZA-SERRANO, Ma. Leticia`, HERNÁNDEZ-AGUILERA, Elisa`, y LARA-MORALES, Eliana`

`UTSOE

Recibido 14 de Enero, 2015; Aceptado 14 de Mayo, 2015

Resumen

La inmersión de la mujer en el sector económico ha sido factor de estudio para diversas investigaciones; lo que ha propuesto diferentes enfoques en este campo de estudio. Su estilo de liderazgo, su gestión y estrategia empresarial entre otros se han convertido en objetos de estudio en el campo de la investigación empresarial. El objetivo de este trabajo es, en primera instancia, identificar el porcentaje de entidades económicas en el Municipio de Valle de Santiago, Gto.; cuya propiedad y/o administración recae en mujeres, para, en subsecuentes etapas de la investigación, identificar su perfil sociodemográfico, las características de las empresas que administran y el impacto en el desarrollo económico que éstas han generado en la zona geográfica en la que se ubican. Para tal efecto se obtuvo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía la lista de unidades económicas establecidas en el Municipio. Posteriormente se le dio el tratamiento necesario para un adecuado cálculo de la muestra representativa y finalmente se estableció contacto con los elementos seleccionados. En términos generales el resultado obtenido fue que un 53.75% de las empresas contactadas que integran la muestra son propiedad de mujeres en diferentes sectores, en todo el municipio.

Mujer Empresaria, Emprendedurismo, Sector Económico

Abstract

The women immersion in the economic sector has been a study factor for different investigations; which has caused different approaches in this study field. Its leadership style, management, business strategies and more had also become study factors in the business investigation fields. This work's objective is, first instance, identity the percentage of economics entities in Valle de Santiago, Gto. Which property and/or administration falls in the women, following the investigation stages, identify their sociodemographic profile, enterprises characteristics that they manage and the economics impact that they are generating in the geographic zone. For this purpose the list from "Institución Nacional de Estadística y Geografía" about economic units established in the county was obtained. Later the needed treatment for a suitable calculation from the representative test and finally the contact with the selected elements was established. In general terms the result was obtained than 53.75% of the connected enterprises that complete the test are women, in which inside they take different sectors, in all the country.

Business Women, Entrepreneurship, Economic Sector

Citación: CARMONA-GARCÍA, Nélida, RAMÍREZ-BARAJAS, Alejandro, ALMANZA-SERRANO, Ma. Leticia, HERNÁNDEZ-AGUILERA, Elisa, y LARA-MORALES, Eliana. Empresarialidad femenina en Valle de Santiago, Guanajuato. Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial, 2015, 1-1: 85-90

* Correspondencia al Autor (Correo Electrónico: ncarmona@utsoe.edu.mx)
† Investigador contribuyendo como primer autor.

©ECORFAN-Spain

Introducción

A lo largo de los años las mujeres han jugado un papel muy importante en el sector económico ejerciendo gran influencia en el desarrollo económico de un gran número de países. Desde finales del siglo XX se ha reconocido a nivel mundial el liderazgo femenino en la creación y administración de empresas.

En los últimos cuarenta años, las mujeres han incrementado su participación en el sector económico. Para el 2008, como trabajadoras, representaban la tercera parte de la población económicamente activa en México, y como empleadoras, la quinta parte en todo el país (Culebro, Cerda, Alegría, 2009).

Es posible que el incremento de la participación femenina en las actividades económicas en México se deba a distintos factores que las impulsan a ser independientes y de esta manera sumergirse en el mercado laboral, pues los estilos de vida del presente no son los mismos que hace 40 años. Hoy se vive en un mundo donde la mujer tiene que dejar el hogar para contribuir al ingreso familiar o simplemente para conseguir una mejor calidad de vida. En relación al incremento de la participación femenina en las actividades económicas, el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) ha establecido que el sector femenino que se encuentra inmerso en la empresarialidad esta compuesto por mujeres propietarias o administradoras de micro, pequeñas o medianas empresas, que llevan a cabo sus proyectos sin trabajadores/as o que contratan una persona o más para producir y vender bienes o servicios Culebro, Cerda, Alegría (2009).

Se sabe que la mujer empresaria desarrolla sus actividades de manera eficiente puesto que es capaz de organizar, planear, controlar y dirigir sus actividades bajo una estricta calidad, obteniendo resultados altamente productivos que se ven reflejados en el crecimiento de sus negocios, resaltando que las mujeres se distinguen por tener un alto grado de responsabilidad; tanto, que la Secretaria de Hacienda y Crédito Público (SHCP) reporta que de cada 100 mujeres que solicitan un préstamo para invertir en su empresa, el 99% salda sus deudas de manera íntegra. (Uribe, 2014)

Esto demuestra que las mujeres tienen las capacidades, aptitudes y actitudes necesarias para crear y dirigir empresas, con o sin trabajadores a su cargo, contribuyendo al desarrollo del país y crecimiento económico del mismo.

La Encuesta Nacional de Empleo y Ocupación (ENOE) 2013 lo confirma. De las 50.2 millones de personas que integran la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada del país, el 38.3% son mujeres; pero de ese porcentaje, únicamente el 2% (unas 398,000 mujeres) se identifica como empleadora. De esta manera, las emprendedoras y empresarias impulsan la economía nacional al aportar el 37% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, según cifras a 2012 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Otro dato relevante es que son dueñas de tres de cada cinco negocios pequeños y medianos, de acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). (Uribe, 2014). La mujer representa un papel importante en el desarrollo económico de México pues está considerada como un impulsor de crecimiento, lo cual lleva a distinguir la trascendencia del género femenino en las pequeñas, medianas y grandes empresas, pues debido a factores demográficos la participación femenina en los negocios trae un fortalecimiento económico para las regiones desarrolladas y subdesarrolladas.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Guanajuato tiene 5 486,372 millones de habitantes que representan el 4.9% de la población nacional, de la cual la población ecónomicamente activa dentro del estado es el 51.6%, de los cuales el 73.9% son hombres y el 31.8% son mujeres, de la población que se encuentra en edad activa un total de 94.5% se encuentra ocupada, teniendo un 93.2% de hombres ocupados y un 97.3% de mujeres ocupadas dentro del estado. Un total del 5.5% de la población dentro de Guanajuato se encuantra desocupada de los cuales el 6.8% son hombres y se cuenta con un 2.7% de mujeres desocupadas dentro del estado de Guanajuato. INEGI (2010)

De acuerdo al Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas, Guanajuato cuenta con 211,985 Unidades Económicas. Lo que representa el 4.8% del total en nuestro país.
Según datos de la Secretaría de Económia (SE) el Producto Interno Bruto (PIB) de Guanajuato en 2013 representó el 4.0% con respecto al total nacional y en comparación con el año anterior tuvo un incremento del 3.9%.

Guanajuato, como puede verse, es uno de los estados con una participación económica considerable para el país, ya que cuenta con un alto número de MIPYMES que aportan ingresos económicos considerables en México.

El Estado se integra de 46 municipios entre los que se encuentra Valle de Santiago, municipio objeto de este trabajo de investigación.

De acuerdo al programa de gobierno de Valle de Santiago 2012-2015, la población del Municipio de estudio de acuerdo al censo de población y vivienda 2010 es de 141 mil 058 personas, representando el 2.6% de la población del estado.

De éstos, 66 mil 846 son hombres, mientras las mujeres son 74 mil 212, en número absolutos se observa que predominan las mujeres con 7 mil 366 más que hombres. Del total de la población contabilizada en el Censo de Población y Vivienda 2010, el 48.25% vive en la cabecera municipal, es decir que la zona urbana de la ciudad de Valle de Santiago tiene 68,058 habitantes, el resto de la población vive en poblados muy pequeños, ya que solo la comunidad de Rincón de Parangueo rebasa los dos mil quinientos habitantes, el resto de los poblados son menores a esta cifra.

De acuerdo al Panorama Sociodemográfico de Guanajuato para el 2010, la población económicamente activa de Valle de Santiago representa el 46.9% de su población total, de los cuales el 74.7% son hombres y el 22.7% son mujeres. De la población económicamente activa un total de 94% se encuentra ocupada dentro del sector laboral. De este pocentaje el 92.8% de población masculina se encuentra ocupada, mientras que el 97.3% de mujeres lo están.

El 6% de la población económicamente activa del municipio se encuantra desocupada de los cuales el 7.2% son hombres y solamente el 2.7% de mujeres. Datos que confirman que la mujer Vallense está incrementando su participación en el desarrollo económico del municipio. (INEGI 2010)

Según el Programa de gobierno de Valle de Santiago 2012-2015, la producción bruta total generada en el municipio para el año 2008 fue del orden de 1’409,242 (miles de pesos) que corresponden al 0.32% de la producción bruta total del estado. Según datos del INEGI el municipio cuenta con 4661 unidades económicas. En ese orden de ideas el objetivo de este trabajo es, en primera instancia, identificar el porcentaje de entidades económicas en el Municipio de Valle de Santiago, Gto.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Cuya propiedad y/o administración recae en mujeres, para, en subsecuentes etapas de la investigación, identificar su perfil sociodemográfico, las características de las empresas que administran y el impacto en el desarrollo económico que éstas han generado en la zona geográfica en la que se ubican.

Metodología

Para efecto de determinar el número de unidades económicas en propiedad de mujeres en el municipio de Valle de Santiago, Gto. Se llevó a cabo la siguiente metodología:

1. Se obtuvo el listado de unidades económicas del Municipio de Valle de Santiago Gto. solicitando tal información al Instituto Nacional de Estadísitica y Geografía (INEGI) dentro de su apartado Disrectorio Estadístico Nacional de Unidades Ecomómicas (DENUE), obteniendo como resultado una base de datos con un total de 4661 unidades económicas dentro del municipio de estudio y que contiene el nombre de la empresa, razón social, nombre de clase de su actividad, personal ocupado, dirección, número telefónico, correo electrónico, entre otros datos

2. Se filtró la lista de unidades económicas eliminando aquellas que por su giro la probabilidad de que su propietario fuera una mujer era practicamente nula, instituciones de gobierno, centros bancarios o financieros, iglesias y grupos religiosos, obteniendo como resultado final un total de 3789 empresas de diversas actividades económicas, entre las que destacan, comercio al por menor, al por mayor, alquileres, consultorios medicos y clínicas del sector privado, diversos servicios como: paquetería, restaurantes, estéticas de belleza, centros de acondicionamiento, agencias de viajes, entre otros.

3. Debido a la diversidad de actividades económicas que ejercen las empresas en el Municipio, se establecieron 17 sectores o categorías para clasificarla y facilitar su tratamiento estadísitico quedando de la siguiente manera: Alquileres, Asociaciones y Agrupaciones Sociales, Clubs y Centros de entretenimiento, Casas de empeño y centros cambiarios, Comercio al por mayor, Comercio al por menor, Confección, Consultorios y Hospitales, Elaboración de alimentos de consumo humano, Educación, Fabricación de artículos en general, Farmacias con y sin minisúper, Diversos Servicios, Transportes y la sección de otros para las actividades que no podían clasificarce en las divisiones antes mencionadas. La tabla 2 muestra el número de unidades económicas por sector.

Unidades económicas por sector	
Sectores	Unidades
Agencias	12
Alquileres	69
Asociaciones y Agrupaciones Sociales	30
Clubs y Centros de entretenimiento	115
Comercio al por mayor	122
Comercio al por menor	2059
Confección	14
Consultorios y Hospitales	180
Construcción y Edificación	8
Elaboración de alimentos de consumo humano.	605
Centros Educativos	39
Fabricación de artículos en general	15
Farmacias con y sin minisúper	55
Diversos Servicios	435
Transportes	11
Casas de empeño y centros cambiarios	14
Otros	6
Total	3789

Tabla 2 Número de unidades económicas por sector.

4. Para la determinación de la muestra se utilizó la fórmula para poblaciones finitas.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

$$n = \frac{\sigma^2 N\ p\ q}{e^2(N-1)+\sigma^2\ p\ q} \quad (1)$$

Donde:

N= 3789 de población
σ = 96% de grado de confiabilidad
p= 50% de probabilidad a favor
q= 50% de probabilidad en contra
e= 4% de error

Obteniendo como resultado una muestra de 560 unidades económicas.

5. Para la selección de las unidades económicas que integraron la muestra fue necesario determinar qué proporción del total de unidades económicas respresentaba cada sector o categoría. La tabla 3 muestra el porcentajerelativo de unidades económicas por sector.

Porcentaje de unidades económicas por sector			
Población total	Sectores	Población por sector	% por sector
3789	Agencias	12	0.32
	Alquileres	69	1.82
	Asociaciones y Agrupaciones Sociales	30	0.79
	Clubs y Centros de entretenimiento	115	3.04
	Comercio al por mayor	122	3.22
	Comercio al por menor	2059	54.34
	Confección	14	0.37
	Consultorios y Hospitales	180	4.75
	Construcción y Edificación	8	0.21
	Elaboración de alimentos de consumo humano.	605	15.97
	Centros educativos	39	1.03
	Fabricación de artículos en general	15	0.40
	Farmacias con y sin minisúper	55	1.45
	Diversos Servicios	435	11.48
	Transportes	11	0.29
	Casas de empeño y centros cambiarios	14	0.37
	Otros	6	0.16
	Total	3789	100%

Tabla 3 Porcentaje de unidades económicas por sector.

Una vez determinado el porcentaje de los diferentes sectores o categorías en relación con el total de la población, se distribuyo el número muestral entre ellos en la misma proporción del porcentaje relativo.

Determinando de esta manera el número de entrevistas que se realizaron por sector. La tabla 4 muestra los resultados de la distribución del numero muestral.

Sectores	% por sector	Muestra	Muestra por sector
Agencias	0.32	560	2
Alquileres	1.82		10
Asociaciones y Agrupaciones Sociales	0.79		4
Clubs y Centros de entretenimiento	3.04		17
Comercio al por mayor	3.22		18
Comercio al por menor	54.34		304
Confección	0.37		2
Consultorios y Hospitales	4.75		27
Construcción y Edificación	0.21		1
Elaboración de alimentos de consumo humano.	15.97		89
Educación	1.03		6
Fabricación de artículos en general	0.40		2
Farmacias con y sin minisúper	1.45		8
Diversos Servicios	11.48		64
Transportes	0.29		2
Casas de empeño y centros cambiarios	0.37		2
Otros	0.16		1
Total	100%		560

Tabla 4 Determinación de la muestra por porcentaje de cada sector

1. Una vez determinados los elementos de la muestra por sector se hizo contacto telefónico o, en su defecto, visita domiciliaria a los integrantes de la muestra para identificar el sexo de la persona que acreditaba la propiedad de la unidad económica y si ésta estaba registrada en el Registro Federal de Contribuyentes.

Resultados y conclusiones

De las 560 unidades económicas contactadas el 53.75% son propiedad de mujeres y el 46.25% restante son propiedad de hombres. Lo que en números absolutos se traduce en 301 unidades económica en propiedad de mujeres y 259 en propiedad de hombres. La tabla 5 muestra en orden descendente el porcentaje de unidades económicas en propiedad de mujeres por sector

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Sectores	% de participación femenina por sector
Confección	96.7
Diversos Servicios	71.5
Transportes	61.5
Farmacias con y sin minisúper	61.5
Consultorios y Hospitales	60.1
Elaboración de alimentos de consumo humano.	58.2
Agencias	56.4
Educación	52
Comercio al por menor	51.9
Clubs y Centros de entretenimiento	47.1
Asociaciones y Agrupaciones Sociales	45.1
Alquileres	39.2
Comercio al por mayor	16.6
Otros	0
Fabricación de artículos en general	0
Construcción y Edificación	0
Casas de empeño y centros cambiarios	0

Tabla 2 Participación femenina por sector.

Con el resultado de este trabajo de investigación queda demostrado que la participación de la mujer en los diferentes sectores de la economía del municipio de Valle de Santiago, Gto.; se presenta, en términos generales, en igual proporción que la participación de los hombres. Si bien es cierto que el pocentaje de participación de la mujer tiende a ser superior al de los hombres en aquellos sectores que por su naturaleza y cuestiones culturales se les atribuyen a las mujeres, también lo es que la lista de los sectores en los que participan las mujeres es cada vez mayor. Los resultados invitan a profundizar en el estudio de la empresarialidad femenina con la intención de, como ya se mencionó con anterioridad, identificar las características de las empresas que administran, su etilo de liderazgo, y el impacto en el desarrollo económico que éstas generan en la zona geográfica en la que se ubican, entre otros temas de estudio.

Referencias

Culebro V.H., Cerda C.A., y Alegría M.K. (2009) Empresas de mujeres=empresas exitosas. Instituto Nacional de las Mujeres. Disponible en: http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100988.pdf

Uribe, É. (2014). Las nuevas reinas del juego. Disponible en: http://www.soyentrepreneur.com/27320-las-nuevas-reinas-del-juego.html.

Programa de Gobierno de Valle de Santiago 2012-2015 (2013). Disponible en: http://www.valledesantiago.gob.mx/transparencia/documentos/Programa%20de%20Gobierno%20-%20Valle%20de%20Santiago.pdf

INEGI (2010), Panorama Sociodemográfico de Guanajuato. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/panora_socio/gto/Panorama_Gto.pdf

DENUE (2015). Disponible en: http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx.

INMUJERES Disponible en: http://www.inmujeres.gob.mx/.

ISSN 2444-4960
ECORFAN® Todos los derechos reservados.

Instrucciones para Autores

A. Envió de artículos con las áreas de análisis y la modelación de los problemas en Estrategias de Desarrollo Integral

B. La edición del artículo debe cumplir las siguientes características:

- Redactados en español o en inglés (preferentemente). Sin embargo, es obligatorio presentar el título y el resumen en ambos idiomas, así como las palabras clave.

- Tipografía de texto en Times New Roman #12 (en títulos- Negritas) y con cursiva (subtítulos- Negritas) #12 (en texto) y # 9 (en citas al pie de página), justificado en formato Word. Con Márgenes Estándar y espaciado sencillo.

- Usar tipografía Calibre Math (en ecuaciones), con numeración subsecuente y alineación derecha: Ejemplo;

$$\sigma\epsilon\sum{:H\sigma=\bigcap_(s<\sigma)Hs} \quad (1)$$

- Comenzar con una introducción que explique el tema y terminar con una sección de conclusiones.

- Los artículos son revisados por los miembros del Comité Editorial y por dos dictaminadores anónimos. El dictamen será inapelable en todos los casos. Una vez notificada la aceptación o rechazo de un trabajo, su aceptación final estará condicionada al cumplimiento de las modificaciones de estilo, forma y contenido que el editor haya comunicado a los autores. Los autores son responsables del contenido del trabajo y el correcto uso de las referencias que en ellos se citen. La revista se reserva el derecho de hacer los cambios editoriales requeridos para adecuar los textos a nuestra política editorial.

C. Los artículos pueden ser elaborados por cuenta propia o patrocinados por instituciones educativas ó empresariales. El proceso de evaluación del manuscrito no comprenderá más de veinte días hábiles a partir de la fecha de su recepción.

D. La identificación de la autoría deberá aparecer únicamente en una primera página eliminable, con el objeto de asegurar que el proceso de selección sea anónimo.

E. Los cuadros, gráficos y figuras de apoyo deberán cumplir lo siguiente:

- Deberán explicarse por sí mismos (sin necesidad de recurrir al texto para su comprensión), sin incluir abreviaturas, indicando claramente el título y fuente de consulta con referencia abajo con alineación izquierda en tipografía número 9 con negritas.

- Todo el material de apoyo será en escala de grises y con tamaño máximo de 8cm de anchura por 23cm de altura o menos dimensión, además de contener todo el contenido editable

- Las tablas deberán ser simples y exponer información relevante. Prototipo;

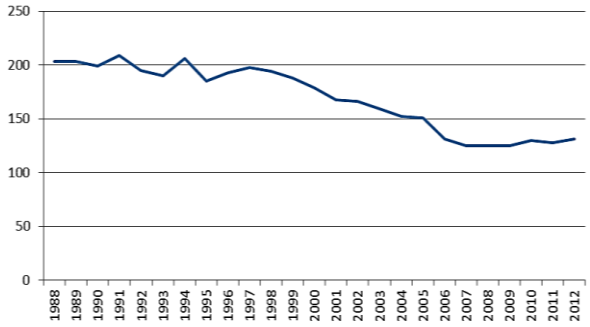


Gráfico 4 Compañías nacionales que cotizan en bolsa.

F. Las referencias bibliográficas se incorporarán al final del documento con estilo APA.

La lista de referencias bibliográficas debe corresponder con las citas en el documento.

G. Las notas a pie de página, que deberán ser usadas sólo excepcionalmente para proveer información esencial.

H. Una vez aceptado el artículo en su versión final, la revista enviará al autor las pruebas para su revisión. ECORFAN-Spain únicamente aceptará la corrección de erratas y errores u omisiones provenientes del proceso de edición de la revista reservándose en su totalidad los derechos de autor y difusión de contenido. No se aceptarán supresiones, sustituciones o añadidos que alteren la formación del artículo. El autor tendrá un plazo máximo de 10 días naturales para dicha revisión. De otra forma, se considera que el (los) autor(es) está(n) de acuerdo con las modificaciones hechas.

I. Anexar los Formatos de Originalidad y Autorización, con identificación del Artículo, autor (es) y firma autógrafa, de esta manera se entiende que dicho artículo no está postulado para publicación simultáneamente en otras revistas u órganos editoriales.

Formato de Originalidad

Madrid, España a ____ de ____ del 20_____

Entiendo y acepto que los resultados de la dictaminación son inapelables por lo que deberán firmar los autores antes de iniciar el proceso de revisión por pares con la reivindicación de ORIGINALIDAD de la siguiente Obra.

Artículo (Article):

_____

Firma (Signature):

_____

Nombre (Name)

Formato de Autorización

Madrid, España a ____ de ____ del 20_____

Entiendo y acepto que los resultados de la dictaminación son inapelables. En caso de ser aceptado para su publicación, autorizo a ECORFAN-Spain difundir mi trabajo en las redes electrónicas, reimpresiones, colecciones de artículos, antologías y cualquier otro medio utilizado por él para alcanzar un mayor auditorio.

I understand and accept that the results of evaluation are inappealable. If my article is accepted for publication, I authorize ECORFAN-Spain to reproduce it in electronic data bases, reprints, anthologies or any other media in order to reach a wider audience.

Artículo (Article):

_____

Firma (Signature)

_____

Nombre (Name)

Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial

Spin Off: Una Revisión Literaria en la Creación de Empresas Universitarias
MÉNDEZ-MÉNDEZ, Manuel, REBOLLAR-HERNÁNDEZ, José, LINO-GAMIÑO, Juan, y GONZÁLEZ-PÉREZ, Manuel

Modelo de gestión organizacional. Un estudio sobre la comunicación, personal motivado e ingresos
GARCÍA-ACOSTA, María, MAGAÑA-PANTOJA, Esmeralda, MENDOZA-GARCÍA, Patricia, y CONTRERAS-MEDINA, David

Consideraciones didácticas para la introducción de los problemas contextualizados y la integración de las TIC al proceso de enseñanza aprendizaje de la asignatura Cálculo diferencial e integral en la carrera Ingeniería Financiera
ABREU-TORIBIO, Luis, TORRES-LIMA, Pastor, y CARRILLO-CÓRDOVA, José

Opciones de financiamiento del sector privado mexicano
LAPA, Javier

Fortalecimiento de las habilidades de emprendurismo a través del método ABP en la carrera de comercio internacional y aduanas de la Universidad Politécnica del Golfo de México
LIGONIO-HERNANDEZ, Ninive, DE LA CRUZ-ALCUDIA, Abi, HERRERA-JIMÉNEZ, Laura, y CARRILLO- CÓRDOVA, José

Análisis de los modelos formales de generación de valor como una herramienta conceptual para el estudio de la estrategia empresarial
LUNA-SALCEDO, Amir, LINO-GAMIÑO, Juan, y NERI-TORRES, José

Riqueza y abundancia de la avifauna silvestre en fragmentos de bosque nativo y plantaciones de pino en la comunidad de Punilla
CHÁVEZ-CONTRERAS, Leonel, MADRIGAL-MORENO, Francisco, DÍAZ-VÁZQUEZ, Alberto y SILVA-CORONA, Jaime

Empresarialidad femenina en Valle de Santiago, Guanajuato
CARMONA-GARCÍA, Nélida, RAMÍREZ-BARAJAS, Alejandro, ALMANZA-SERRANO, Ma. Leticia, HERNÁNDEZ-AGUILERA, Elisa, y LARA-MORALES, Eliana