

ENFOQUES DE INVESTIGACIÓN ADMINISTRATIVA



Coordinadores
César Omar Mora Pérez
Karla Haydee Ortiz Palafox

ENFOQUES DE INVESTIGACIÓN ADMINISTRATIVA

Coordinadores:

César Omar Mora Pérez

Karla Haydee Ortíz Palafox



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA



CUCEA



DEPARTAMENTO DE
administración



Prometeo Editores

ENFOQUES DE INVESTIGACIÓN ADMINISTRATIVA

COORDINADORES:

César Omar Mora Pérez

Karla Haydee Ortíz Palafox

DIRECTORIO:

Dr. Ricardo Villanueva Lomelí

Rector General

Dr. Héctor Raúl Solís Gadea

Vicerrector Ejecutivo

Mtro. Guillermo Arturo Gómez Mata

Secretario General

Mtro. Luis Gustavo Padilla Montes

*Rector del Centro Universitario de
Ciencias Económico Administrativas*

Dr. José María Nava Preciado

Secretario Académico

Dr. Gerardo Flores Ortega

Secretario Administrativo

Primera edición 2020

D.R. © 2020, Universidad de Guadalajara

Centro Universitario de Ciencias Económicas Administrativas

Coordinación Editorial

Periférico Norte N° 799, Núcleo Universitario Los Belenes,
45100, Zapopan, Jalisco, México.

Diseño y diagramación:

Prometeo Editores

ISBN: 978-607-8490-91-2

Este libro fue financiado por el subsidio ordinario federal que se otorga a las universidades públicas estatales. Además, los artículos fueron dictaminados mediante un proceso de doble ciego.

Todos los Derechos son reservados. Esta publicación no puede ser reproducida ni en su totalidad o parcialidad, en español o cualquier otro idioma, ni registrada en, transmitida por, un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, foto-químico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia, o cualquier otro, inventado o por inventar, sin permiso expreso, previo y por escrito del autor.

Impreso y hecho en México / *Printed and made in México*

Contenido

Introducción 5

Primera parte: estrategias de gestión y desarrollo de Pymes

Calidad en la Pyme restaurantera 9
Nayeli Alejandra Torres Alejandre

La competitividad de exportación en la industria del sector agroalimentario 19
Silvia Janeth Castillo Espinoza

Segunda parte: estrategias de género, gestión humana y del conocimiento

Influencia del clima organizacional en el desempeño y satisfacción laboral 31
Tamar Sarahi Ixmatlahua Zepahua

¿Te sientes motivado en tu trabajo? 41
Denisse Peña Plascencia

Programación Neurolingüística excelente herramienta de comunicación
en las organizaciones 49
Mayra Guadalupe Cruz Barba

¿La administración de la publicidad en industria y las organizaciones
afecta al género femenino? 59
Alma Cinthya Iñiguez Becerril

Tercera parte: gestión financiera, competitividad y productividad

¿De qué manera influye el cambio climático en la economía mexicana? 71
Carla Yasmín Estrada Anaya

Cómo impacta la migración en la economía y empleo en México 79
Dania Stefany Franco Duran

Cuarta parte: gestión pública estratégica

“La protección de datos personales que poseen las empresas mexicanas
¿Se ajustan al ISO 27001?” 89
Daniela Franco González

Introducción

El presente libro es producto de una serie de trabajos de investigación desarrollados por alumnos de la Licenciatura en Administración del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, coordinado por el doctor César Omar Mora Pérez y la doctora Karla Haydee Ortiz Palafox bajo la línea general de investigación sobre Estrategia Organizacional.

El objetivo del presente trabajo ha sido discutir y evaluar las diferentes perspectivas teóricas-metodológicas en materia de ciencias de la administración, así como vincular a los alumnos con la investigación a fin de generar nuevo conocimiento relacionado con diferentes temáticas afines a la administración, por tanto y a continuación, se describen de manera general los capítulos y su contenido.

En la primera parte “Estrategias de gestión y desarrollo de PYMES” se incluyen los siguientes trabajos relacionados con las pequeñas y medianas empresas. En “Calidad en la PYME restaurantera” Nayeli Alejandra Torres Alejandre tiene como objetivo desarrollar una investigación en las PYMES restauranteras, a fin de analizar los enfoques de la calidad y su relación con la rentabilidad.

Mientras que, en “La competitividad de exportación en la industria del sector agroalimentario” Silvia Janeth Castillo Espinoza analiza dicha industria en materia de exportación utilizando fuentes de información que permitieran identificar factores que influyen en la competitividad y comercialización.

En la segunda parte “Estrategias de género, gestión humana y del conocimiento” se desarrollan una serie de temáticas relacionadas con el capital humano haciendo énfasis en su desempeño, así como la motivación y comunicación.

En el artículo “Influencia del clima organizacional en el desempeño y satisfacción laboral” de Tamar Sahari Ixmatlahua Zepahua a través de un análisis documental se destaca que el clima organizacional está conformado por elementos que influyen directamente sobre el empleado, generando en él, una percepción que se verá reflejada en su manera de actuar.

Mientras que Denisse Peña Plascencia en su trabajo “¿Te sientes motivado en tu trabajo?” tiene como propósito analizar lo que acontece en el mercado laboral y determinar las causas de la baja productividad en el sector industrial de las PYMES en el estado de Jalisco, a fin de motivar a futuros empresarios a emplear la medición de productividad.

En el artículo “Programación Neurolingüística excelente herramienta de comunicación en las organizaciones” Mayra Guadalupe Cruz Barba se analiza la importancia que genera la programación neurolingüística utilizada como herramienta estratégica de buena comunicación para el cambio y desarrollo de potencial humano en las organizaciones.

En “¿La administración de la publicidad en industria y las organizaciones afecta al género femenino?” de Alma Cinthya Iñiguez Becerril, se realiza un análisis para determinar si la publicidad generada en revistas dirigidas a mujeres afecta en su autoestima y genera problemas de conducta alimenticia.

En la tercera parte “Gestión y economía” se incluyen los trabajos: “¿De qué manera influye el cambio climático en la economía mexicana?” de Carla Yasmín Estrada Anaya, se analiza el problema que genera el cambio climático ante la economía, sociedad, y las políticas gubernamentales que apoyan a solventar dichos daños.

Mientras que, en el artículo “Cómo impacta la migración en la economía y empleo en México” de Dania Stefany Franco Duran se realiza un análisis de la economía y el empleo en México dada la problemática de la migración.

Finalmente, en la cuarta parte “Gestión pública estratégica” se incluye el trabajo de Daniela Franco González, “La protección de datos personales que poseen las empresas mexicanas; ¿Se ajustan al ISO 27001?” en el que se analiza la protección de datos personales que poseen las empresas y su ajuste al ISO 9001.

Es importante mencionar que esta publicación es producto de las acciones para el fortalecimiento de la investigación temprana de los estudiantes, realizadas por el Departamento de Administración, establecidas en sus líneas estratégicas relacionadas con la investigación y la vinculación con los sectores productivos. Esta obra se estructura a partir de las acciones del propio Departamento a través de su Centro de Estudios e Investigaciones Administrativas, en donde se desarrollan sus líneas de investigación a través de las cuales se organizan los artículos incluidos en esta publicación.

Finalmente, se espera que este material permita la vinculación de trabajos académicos de los alumnos con la generación de conocimiento y el desarrollo organizacional.

Dr. César Omar Mora Pérez
Jefe del Departamento de Administración

Agradecimientos

Los Coordinadores de esta obra agradecen el apoyo brindado por la estudiante de la Maestría en Administración de Negocios del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas Cristina Lizeth Ramírez Cuevas en la estructuración de este documento.

PRIMERA PARTE

**Estrategias de gestión
y desarrollo de Pymes**

Calidad en la Pyme restaurantera

Nayeli Alejandra Torres Alejandre

Resumen:

Se ha visto que el emprendimiento viene cobrando auge e importancia a nivel mundial como un punto clave en el crecimiento económico y la competitividad de un país. México no es ajeno a esta particularidad y cada vez más personas le siguen apostando a la consolidación de un sistema que busca empatizar y favorecer los procesos emprendedores.

El propósito del presente trabajo es mostrar una investigación en las empresas pequeñas y medianas (Pyme) restauranteras con el fin de analizar los enfoques de la calidad y su relación con la rentabilidad. Esto puede o no influir en la efectividad financiera de la Pyme. La investigación fue exploratoria y descriptiva.

Palabras claves: emprendimiento, empresarios-responsables, enfoques, efectividad financiera, alimentos y bebidas.

Introducción

En este artículo se analiza y evalúa la calidad, competitividad de las Pymes restauranteras, formalmente establecidas en la zona metropolitana de Guadalajara. La investigación se realizó para responder la siguiente pregunta: ¿los restaurantes promueven la calidad? ¿Es un factor determinante para el éxito y posicionamiento de la Pyme?

El rol que juegan las pequeñas y medianas empresas (Pymes) restauranteras familiares, normalmente lo primero que llega a la mente de las personas cuando se menciona la calidad es sumamente relativo ya que todos buscan prioritariamente algún “beneficio necesidad” personal por ello es por lo que se abarcan distintos tipos y conceptos de calidad.

Hoy en día, las empresas deben preocuparse más por la calidad porque la competencia va en crecimiento, se va haciendo más aguda; para que esto sea posible, es necesario que la empresa elabore estrategias de calidad hacia el mercado ya sea en sus productos y/o en sus servicios; justificando así la aceptación al consumidor.

Aunque, para una Pyme la calidad simplemente debe significar cumplir con los requerimientos, negociados del producto o servicio, a un costo que represente valor para el cliente Colunga y Saldierna (como se citó en Calidad para la competitividad en las micros, pequeñas y medianas empresas, de la ciudad de México, 1994, p 6).

Aspectos que son referidos por Porter (2006), tales como identificación de la marca, reputación y relaciones personales con el cliente, crean barreras de diferenciación que fuerzan a los nuevos entrantes a realizar grandes inversiones para conseguir una cierta lealtad del cliente (p.24).

El modelo o estrategia que la empresa llegue a adaptar en la organización, así como la implementación de este, ocasiona esfuerzos que se traducen en costos, lo cual es necesario que como resultado se generen beneficios que se puedan traducir en rentabilidad empresarial.

Desarrollo Teórico

Calidad

Como ya se mencionó anteriormente la calidad puede tener varios significados dependiendo tanto de la persona que lo utilice como de su contexto, puede ser interna la cual se puede interpretar con todo lo que se refiere a los procesos en que la empresa administra ya sean sus procesos, productos y servicios o la externa que va más con la percepción de los clientes con los mismos. Están relacionados ya que de alguna manera la calidad interna tiene un efecto en la calidad externa.

La calidad para las Pyme es un aspecto fundamental debido a que el mercado se vuelve cada vez más exigente, por lo que resulta indispensable su adopción en estas empresas. A este respecto Rubio y Aragón (2009) señalan que para las Pyme “la calidad es un factor que favorece su éxito” (2017, p.9)

Hoy en día muchos autores tienen sus conceptos para referirse a la calidad dando diversos aportes tales como la “adecuación al uso satisfaciendo las necesidades del cliente” (Ruiz & López 2004, p.17). Por otro lado, Berry (1995) indica que “la calidad es satisfacer las necesidades del cliente y sus expectativas razonables” (p.2).

Según Cartaya y Suárez (2008)

Los requisitos de competitividad y universalidad del mercado actual han convertido a los sistemas de gestión de calidad en algo, además de recomendable, obligatorio, ya que aporta un punto de fiabilidad y seguridad a los clientes. (p.35)

En este punto, se habla de la calidad como un concepto en constante cambio, adaptable a las posibilidades de cambio en sus productos y servicios, así como de sus procesos y de todos los aspectos en general que abarca una organización ya que el consumidor está en un ciclo constante de requerimientos o necesidades teniendo como resultado una satisfacción en el cliente. Esto último coincide con Martínez (2011), quien señala que:

La competitividad de la Pyme no puede lograrse sin la calidad en todos los niveles, procurando contar con personal que vigile la calidad en los procesos y en los productos, buscando mejoras que impacten la satisfacción del cliente. (p.10)

De esta manera, se puede entender que la calidad es una característica indispensable para poder tener una competitividad y productividad buena y en constante crecimiento, más aún así hoy en día muchas empresas llegan a desaparecer del mercado, ya que no implementan estrategias de calidad en sus establecimientos así pues no impactan positivamente en las finanzas de estas.

Lo antes mencionado deja ver lo importante que es realizar valoraciones constantes de manera sistemática para poder seguir siendo competitivos en el sector del mercado. En este sentido y de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), es importante señalar que tan solo en el sector de servicios en México, la industria de restaurantes concentra más de la tercera parte de las unidades económicas dedicadas a la prestación de servicios privados no financieros; casi una cuarta parte del empleo; más de la décima parte de la producción bruta total y del consumo intermedio y el 21.43 % del valor agregado censar bruto (INEGI, 2019).

Calidad en los servicios y su importancia

No existe una definición única para calidad del servicio y en consecuencia tampoco una forma única para medirla. Para Jain y Gupta (2004) “la calidad del servicio puede verse como un continuo entre calidad ideal y calidad totalmente inaceptable”. En si se pudiera decir que es la percepción que tiene el consumidor de la efectividad en el servicio que se recibe abarcando dos dimensiones, intangibles como la atención del personal y tangibles como las instalaciones físicas o el aspecto y presentación del personal. Por otra parte, para Chao (2008) “la calidad del servicio se conceptualiza en forma de cuatro atributos: personal, operación, aspectos físicos y mercancía” (P.4).

La calidad tiene una estrecha relación con la conformidad del servicio prestado con las especificaciones y expectativas del consumidor. Los establecimientos que prestan servicio establecen qué beneficios esperan recibir los clientes y procuran producir los servicios que puedan satisfacerlos.

Según Saavedra y Hernández (2008)

La importancia de los servicios en las Pymes se observa en el caso de Latinoamérica, en 10 países latinoamericanos (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México, Panamá y Uruguay) señalan que la manufactura representa un 13 % de las Pymes, el comercio, un 49% mientras que el sector servicios el 38% de las unidades económicas, en promedio. (P. 133)

Cuando un servicio es de calidad no pasa desapercibido, pero suele ser un gran reto el paso de las ideas hacia los hechos. Es muy fácil identificar la deficiencia en la calidad en muchos servicios; por ejemplo, es cada vez más común que los servicios en los aeropuertos sufran retrasos, que el servicio sea descortés o lento, ya sea durante el vuelo o en los restaurantes de las terminales.

El lado positivo de la calidad del servicio es que se puede mejorar mediante el compromiso total del establecimiento. También es claro, que, se necesita un

compromiso desde los altos mandos, ya que la responsabilidad y compromiso empieza con ellos

En un estudio se encontró que, en el contexto mexicano, son:

27 las variables que componen la calidad del servicio, a su vez estas variables se agrupan por similitud de contenido en las siguientes seis instalaciones (qué tan agradable y cómodo se percibe el lugar), accesibilidad (qué tan fácil es llegar al restaurante), personal (amabilidad y conocimiento, entre otras, del personal que atiende), ambiente (qué tan agradable, y consistencia y honestidad (qué tanto el cliente recibe siempre el mismo servicio). (Trujillo & Vera, 2007, p. 5)

Las empresas con mejores resultados llevan a cabo lineamientos respecto al servicio al cliente que sus empleados tienen que seguir. Además, tienen claro que los

Tabla 1. Dimensión, variables y definiciones de la calidad del servicio

Dimensión	Variable	Definición
Instalaciones	Aspecto interno y externo (colores, decoloración, diseño)	Características físicas que el cliente percibe a simple vista como lo son: colores, decoloración y diseño de las instalaciones
	Comodidad	Confortabilidad en el mobiliario y los espacios
	Higiene	Limpieza de las instalaciones y vajillas
	Ubicación	Facilidad para llegar
Accesibilidad	Estacionamiento	Facilidad para acomodar el coche de forma segura
	Alternativas de pago	Facilidades y alternativas que ofrece el negocio para pagar (efectivo, tarjetas, vales, etc.)
	Recepción y cortesía	Trato de bienvenida que recibe el comensal
Personal	Conocimiento y habilidad (experiencia)	Grado de conocimiento del personal sobre los alimentos
	Presentación	Aspecto físico del personal
	Rapidez	Grado de eficiencia con que el personal atiende las demandas del comensal
	Trato empático del personal	Percepción de la familiaridad, entendimiento de necesidades, confianza, actitud
	Entorno audiovisual	Música de fondo, programación de monitores de televisión
	Iluminación	Iluminación adecuada de acuerdo con el tipo de restaurante

Continuación tabla 1. Dimensión, variables y definiciones de la calidad del servicio

Dimensión	Variable	Definición
Ambiente	Aroma	Percepción de olores que el cliente tiene al entrar al lugar
	Temperatura ambiente	El clima del lugar que es manipulado para mayor comodidad del comensal
	Autoidentificación con tipo de usuario	Qué tan identificado se siente el comensal con el tipo de clientes del restaurante
	Sabor	Los alimentos y bebidas deben tener un sabor agradable
	Olor	Percepción de un aroma agradable al olfato
	Variedad	Opciones para elegir
Comida	Presentación	Alimentos visualmente activos
	Higiene de los alimentos	Alimentos que se perciban limpios y desinfectados
	Frescura de los alimentos	Alimentos con apariencia de tener un buen estado y contener sus propiedades naturales
	Temperatura	Alimentos con la temperatura adecuada: lo caliente se sirve caliente y lo frío se sirve frío
	Servicio estandarizado	El cliente recibe la misma calidad del servicio bajo cualquier tipo de circunstancia
	Prestigio	Que el cliente perciba que el restaurante tenga cierto grado de reconocimiento
Consistencia y Honestidad	Cumplimiento	Que se le entregue al cliente lo que pide y que se tenga lo que se ofrece
	Atención a quejas	Solución rápida y adecuada a las quejas del cliente

Fuente: Trujillo A. y Vera J. 2007. Factors that constitute service quality for Mexican costumers in restaurants

trabajadores cara a cara o de primera línea, como los meseros, cajeros, recepcionistas, son el recurso más importante. Parte de lo que vende una empresa de servicios es, precisamente, su personal, es la imagen que está vendiendo la organización, deben de convencerse de que su talento humano es el vínculo crítico de la relación organización-cliente.

Existen varios factores determinantes para lograr una mejora continua en las empresas pequeña y mediana. Entre estos factores se encuentran la innovación y el aprendizaje. Estos dos últimos, representan los pilares para el éxito sostenido de las empresas. También son importantes los recursos y cómo se usan. Esto lo explica la Teoría de los Recursos y Capacidades de las Empresas. Dicha teoría explica los

recursos y las capacidades; los recursos van de dos tipos: tangibles e intangibles y las capacidades van de tres tipos:

- Capacidades propias de la gestión de recursos humanos
- Capacidades propias de la organización
- Cultura empresarial.

Servucción

La servucción es un proceso para la elaboración de un servicio desde la individualidad de todos los elementos que lo conforman, así pues, también se le conoce como el marketing de servicios. Este sistema implica la organización de todos los elementos tanto físicos como humanos que conforman a la organización en relación con el cliente.

La servucción en la calidad y su influencia

La empresa da una representación la cual se forma en base al cliente teniendo como soporte todos aquellos elementos tangibles de la servucción tales como: los clientes, el elemento físico y no menos importante el personal directo. Hay dos efectos referentes a la influencia que tiene el cliente sobre la calidad del servicio (clientes):

Relación cliente-prestador: la claridad, precisión y precisión de la información que se le da al cliente referente al servicio son necesarias mas no es suficiente para la calidad del servicio prestado.

Nivel de participación del cliente: hablando de una causa efecto a una mayor participación, mediante la cual se consigue una mayor satisfacción. En la cual la empresa que presta el servicio debe de tener presente la cultura de la actividad realizada, así como la de sus clientes actuales y potenciales.

La calidad en los servicios hay que saber venderla, antes a los empleados que, a los clientes, ya que si tenemos buenos empleados tendremos buenos resultados y viceversa, si los empleados se muestran escépticos será incapaz de convencer a los clientes (personal).

El soporte físico de la servucción debe tener una buena estructura, un medio de comunicación adecuado como herramienta de trabajo es base de los buenos resultados ya que tanto la imagen como el acomodo o posicionamiento del establecimiento tiene efectos tanto internos como externos; podemos hablar de la reacción del cliente como del tiempo como un parámetro en el servicio (tiempo de espera, de acceso y de actuación).

Situación actual de la industria restaurantera

Con base a los datos más recientes dados por el INEGI (2019), con respecto a los restaurantes tan solo en el estado de Jalisco, encontramos que los negocios que están en primer lugar, se dedican a la preparación de tacos y tortas con 12,112 negocios,

enseguida tenemos los establecimientos de los antojitos con 6,745 y finalmente el de los autoservicios con 365.

En el siguiente apartado, se mencionan las diferentes actividades económicas que conforman la industria restaurantera y su importancia. Se conforma por un elevado número de empresas pequeñas y medianas que representan un motor importante en la generación de empleo, mayoritariamente femenino.

Resultados y discusión

Según INEGI 2019, tan solo en México, la industria restaurantera emplea aproximadamente a 1,310,381 personas aportando el 6.5% del total de la ocupación de acuerdo con los Censos Económicos 2009.

En promedio cada restaurante como unidad económica tiene 3.8 personas ocupadas, siendo este sector uno de los más importantes por el empleo que se genera. Solo se genera por encima de esa actividad el comercio, la industria manufacturera y los servicios de apoyo a otros negocios. De esta manera se puede decir que, 9 de cada 100 unidades económicas corresponden a la industria restaurantera.

Remuneraciones

Una persona recibía en 2008 un promedio por concepto de remuneraciones 3,172 pesos mensuales y como se observa en la gráfica, al interior de la industria en estudio existe un pago diferenciado, según el tipo de actividad. Los restaurantes de comida para llevar y los “otros servicios con servicio limitado”, que son los predominantes en la economía, son los que tienen las remuneraciones más bajas.

Es importante señalar que, en esta industria, la remuneración de los trabajadores se complementa con las propinas de los clientes, las cuales no están consideradas en las remuneraciones cuyo pago realiza la actividad económica.

Conclusiones

La calidad del servicio siempre está en constante mejora, si es que la empresa como tal no tiene “Calidad de servicio” esta puede mejorar, claro, con el compromiso total de la organización; más aún de los altos mandos, sin un cierto y real compromiso de los altos mandos jerárquicos de ésta con la calidad, no se puede esperar que los niveles que le siguen más abajo en la pirámide sigan el ejemplo.

Para ello; las empresas deben de realizar tanto normas como un proceso de capacitación cada tanto tiempo específicamente del servicio, para que puedan ser transmitidas a su personal, por consiguiente, a los clientes. Hay que tener siempre en claro que los trabajadores son una parte esencial en la organización, son un recurso crítico, más si hablamos de los de primera línea, son la cara de la empresa.

Hay una estrecha relación entre las variables ya mencionadas “tangibles – intangibles, ya que siempre una dependerá de la otra, ya que la percepción que el comensal o cliente tenga sobre: las instalaciones y la comida van de la mano con

aspecto tales como: la calidad de la atención del personal. Así, se puede decir que los primeros impactos que tenga el cliente hacia la organización son de gran importancia (instalaciones, olores y texturas, así como sabores en los alimentos, tamaños, presentación, consistencia e higiene), los clientes de restaurantes suelen concluir una opinión general del servicio principalmente por la calidad de los tangibles (comida e instalaciones), como que sus quejas tengan una rápida y favorable solución esto puede generar una acción-reacción para las organizaciones logrando tener la “Lealtad” tanto de los empleados como de los clientes.

Nuestro entorno como las reacciones de los clientes siempre serán variadas e impredecibles por lo que para ello se aconseja el tener una reestructuración o cambios dentro de la organización cada cierto tiempo.

Referencias

- Berry, LL (1995). *Sobre un gran servicio: un marco para la acción*. Simón y Schuster.
- Canela López, J. R. (2004). *La gestión por Calidad Total en la empresa moderna*. México: ALFAOMEGA GRUPO EDITORIAL SA de CV.
- Carro Cartaya, J. C. & Carro Suarez, J. R. (2008). La inteligencia empresarial y el Sistema de gestión de la Calidad. *Ciencias de la información*, 39(1), 35.
- Díaz-Chao, Á., Ficapal-Cusí, P. & Torrent-Sellens, J. (2008). Calidad del trabajo, pymes y la crisis económica: Evidencia española.
- INEGI. (2014). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Obtenido de Censos económicos: [https://www.canirac.org.mx/images/notas/files/Mono_Restaurantera\(1\).pdf](https://www.canirac.org.mx/images/notas/files/Mono_Restaurantera(1).pdf)
- INEGI. (2019). *Restaurantes, salones para fiestas, bares, cantinas, billares, centros nocturnos, parques de diversiones y entretenimiento en Jalisco*. Jalisco: IIEG.
- Martínez, R. (2011). Modelos para la implementación de la gestión de la calidad total en las Pymes Latinoamericanas. *Gestión y Gerencia* (1), 10.
- Michael E. Porter, M. R. (2006). *Estrategia y sociedad*. Harvard Business Review América Latina.
- Chao, P. (2008). Exploring the nature of the relationships between service quality and customer loyalty: an attribute-level analysis. *The journal service journal*, 1(28), 18.
- Ruiz, B. L. P. (2004). *La esencia del Marketing* (Vol. 115). Univ. Politèc. de Catalunya.
- Martínez, R. (2013). Relación entre calidad y productividad en las Pymes del sector servicios. *Publicaciones en ciencias y tecnología*, 7(1), 85-102.
- Rubio Alicia, A. A. (2009). Aragón, A. & Rubio, A. (2009). ¿Cómo compiten las empresas industriales? Un estudio sobre las Pymes españolas. *Economía industrial* (373), 87-99.
- Saavedra G, M. L. & Hernández C, Y. (2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: un estudio comparativo. *Actualidad contable Faces*, 11(17), 122-134.
- Saldierna, A. & Colunga, C. (1994). Calidad para la competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas, de la ciudad de México. 6.

- Berry, T. (1995). Cómo gerenciar la transformación hacia la calidad total. 2.
- Trujillo A, V. J. (2007). Factors that constitute service quality for mexican consumers in restaurants. *CLADEA*, 18.
- Vera M., J. & Trujillo L. A. (2009). El Papel de la Calidad del Servicio del Restaurante como Antecedente de la Lealtad del Cliente. *Panorama Socioeconómico*, 27(38), 16-30.

La competitividad de exportación en la industria del sector agroalimentario

Silvia Janeth Castillo Espinoza

Resumen:

Las poblaciones de los países ascienden cada vez más a un mayor número de habitantes y alimentarse es parte fundamental para la existencia, es necesario mencionar que a medida que la población crezca se requerirá una mayor cantidad de alimentos para ser consumidos, por lo tanto las comunidades rurales y la industria dedicada a la producción y comercialización del sector agroalimentario deberán responder ventajosamente en los mercados, sin embargo las dificultades que se presentan en la comercialización de los productos pueden tener relación con el desconocimiento y a la falta de medios que radica en algunas empresas.

El propósito de este trabajo es analizar la industria del sector agroalimentario en materia de exportación utilizando fuentes de información que proporcionen datos para identificar los factores que influyen acertadamente en la competitividad y comercialización, para esto se realizará una metodología exploratoria descriptiva de tal manera que se satisfaga el cumplimiento de este objetivo.

Palabras claves: Industria Agroalimentaria, Exportación, Competitividad.

Introducción

La crisis global está ligada al constante crecimiento de la población, a las exigencias de esta y al progresivo consumo de los recursos que repercuten ciertamente en el incremento de la contaminación, no obstante, esto nos llevan a preocuparnos por la mejora en los procesos productivos y comerciales de los alimentos para que puedan abastecer en su totalidad las necesidades básicas del ser humano.

La industria agroalimentaria abarca todos los procesos relacionados a la cadena alimentaria y comprende diversos sectores que cubren una de las principales necesidades para sobrevivir, además de satisfacer una necesidad básica impacta de manera relevante en la sociedad tanto en el sector de salud como al desarrollo económico del país, es por ello que permanecen las exigencias en la implementación de normas higiénicas necesarias dentro de los procesos productivos y comerciales, de igual manera proporciona fuentes de empleo y mantiene una red de comercialización a nivel local, nacional e internacional entre diversos países que permiten un retorno económico para la obtención de otros productos o servicios que se requieren para subsistir.

La continua evolución del mercado exige la transformación de las industrias en cuanto a la implementación de nuevas tecnologías, procesos, o recursos que las hagan potencialmente competitivas en la exportación de sus productos a nivel mundial. El País de México cuenta con la suficiente capacidad de producción de alimentos, sin embargo, se requiere de apoyo en el sector y una reducción en las barreras que impiden mantener e incluso mejorar su competitividad en materia de exportación, para que este continúe siendo participe como una de las grandes potencias exportadoras de productos agroalimenticios.

Exportaciones del sector agroalimentario en México

Las exportaciones son un conjunto de productos o servicios que se comercializan desde su país de origen hacia otro, con el propósito de venderse o intercambiarse, uno de los beneficios más importantes que obtienen las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la transacción de estos bienes es la participación en el mercado global.

De acuerdo con la Organización Mundial de Comercio (OMC) en el año 2018 México entro en la clasificación de las 10 mayores economías exportadoras de productos agroalimentarios (...), comerciando un monto total de 64,500 millones de dólares, además México se consideró como el principal proveedor de productos agrícolas a Estados Unidos con 29,100 millones de dólares. (Morales, 2019, p.2).

Por lo tanto, el país de Estados Unidos es el principal consumidor de los productos agroalimentarios que exporta México, el departamento de agricultura norteamericano (USDA) indica que: “Casi el 80% de las exportaciones agroalimentarias de México son hacia los Estados Unidos, mientras que 80% de las exportaciones agroalimentarias de Estados Unidos se encuentran diversificadas en 18 países y sus exportaciones hacia México representan sólo el 13%” (Como se citó en Imagen Agropecuaria, 2018, p.7).

Además de Estados Unidos “de acuerdo con información del Trade and Logistics Innovation Center los principales países importadores de productos mexicanos son: Canadá, Brasil, Colombia, España, Alemania y China” (Instituto Mexicano de Contadores Públicos [IMPC], 2020, p. 8).

No obstante la cercanía territorial de México y Estados Unidos, la cantidad de habitantes de nacionalidad mexicana que tiene este último país entre otros aspectos, favorecen al consumo de estos productos alimenticios y de cierta forma generan una ventaja competitiva a la industria dedicada a la producción y comercialización de agroalimentos, sin embargo, “La futura viabilidad y rentabilidad del sector agropecuario de México dependerá en gran parte de la capacidad mexicana de defender su participación en los mercados de Estados Unidos” (Málaga & Williams, 2010, p. 300).

Cabe mencionar que México exporta principalmente aguacates (2,393 millones de dólares), tomates (2,261 millones de dólares), frutos de los géneros capsicum o pimienta (1,158 millones de dólares), carne de bovino (1,073 millones), frutos rojos o berries (927 millones), nueces (769 millones), animales vivos (758 millones), cítricos (597 millones), carne de cerdo (536 millones) y pepinos (521 millones). (Morales, 2019, p. 7)

En efecto este país cuenta con un clima y una extensión territorial favorable para la producción de calidad lo que le proporcionan valor como alimento, la mano de obra suficiente y distinguida para realizar estas labores, además de que cuenta con un número significativo de tratados de libre comercio en diversos países que favorecen a la comercialización de dichos productos.

Por otra parte, la industria agroalimentaria debería considerar puntualmente los constates cambios en los avances tecnológicos, la sustentabilidad y la innovación en el sector, así como la diversidad de estrategias propuestas que contribuyan en el desarrollo de la industria y den pauta para aprovechar la cantidad de alimentos producidos y extender más los límites de comercialización de tal forma que se exporten a otros países distintos a los que actualmente llegaran.

Industria agroalimentaria

La industria agroalimentaria juega un papel muy importante en la vida del ser humano debido a que los productos son considerados como bienes de primera necesidad y de consumo para la población. Este sector abarca desde las actividades primarias dedicadas a la producción de los alimentos hasta la transformación de estos productos con la finalidad de comercializar y vender.

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH 2014), realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), los hogares mexicanos destinan alrededor de 22% de su ingreso monetario trimestral a la compra de alimentos. (Como se citó en Comisión Federal de Competencia Económica [COFECE], 2020, p.10).

Considerando el porcentaje de ingreso destinado a la alimentación tan solo en las familias mexicanas se distingue un gasto cuantioso para alimentarse y las familias que perciben menor ingreso agotan la mayor proporción de estos a su alimentación. Además de satisfacer el consumo de cada individuo esta industria destaca por ser generadora de empleos, por el crecimiento económico en las zonas rurales y por ser una de las principales actividades de desarrollo económico en el país.

Hay que mencionar además que se reconoce que la mayor parte de “las empresas agropecuarias en México corresponden a microempresarios, este tamaño de empresa es el de mayor proporción en México, del total de unidades económicas en el país el 94.3% son microempresas (incluye todos los sectores)”. (García, 2017, p. 584).

Con respecto al tamaño de las empresas dedicadas a la industria agroalimentaria se pudiera afirmar que por esto el avance de los cambios tecnológicos en este sector no avanza con gran capacidad. Sin embargo, “en los últimos años, evidencia una renovación de sus posibilidades innovadoras gracias al desarrollo de sofisticados sistemas de control de procesos. Con éstos se responde a estándares globales de inocuidad y calidad” Tapia y Welti-Chanes (como se citó en Mercado & Córdova, 2011, p. 6).

Por otra parte, en el subsector agrícola, de 3.8 millones de unidades productivas sólo 11,744 (0.3%) empresas (capitalista o familiar campesino) reportaron vender su producción en el mercado nacional y/o exportar, mientras que 1'663,308 (43.4%) vendieron su producción en el mercado local o nacional además de realizar autoconsumo y 1'757,611 (45.9%) reportaron producir sólo para el autoconsumo. Carton de Grammont (como se citó Hernández & Barrón, 2013, p. 9).

De acuerdo con lo anterior se distingue la competitividad de producción que tiene el país de México con respecto a los productos agroalimentarios, sin embargo las cantidad de empresas dedicadas a vender los productos fuera de la región o incluso fuera del país es mínima, de acuerdo a los datos proporcionados se percibe que el país cuenta con una limitada competitividad en materia de exportación debido a que aún no se alcanza ni la mitad del total de la producción en la industria al realizar las exportaciones, aquí lo interesante sería reafirmar por qué no se está alcanzando un mayor nivel de exportación.

Definitivamente “el mayor beneficio de la globalización y la apertura comercial que ha tenido México es lograr contar con sectores productivos más competitivos, tal como ha sucedido en el sector agroalimentario” (Haro, 2019, p. 3). Probablemente el desarrollo e implementación de nuevas estrategias competitivas de comercialización generen mayor rentabilidad y posicionamiento a las empresas productoras de agro alimentos y por ende mayor crecimiento económico en las zonas rurales y en las grandes urbes.

Competitividad de la industria agroalimentaria

Es probable que la competitividad empresarial tenga que ver con la rentabilidad que generan las empresas, la participación del mercado, la constante innovación y el sector o la industria donde se localizan las empresas. Markusen refiere que “Una industria gana competitividad si aumenta su participación de mercado en las exportaciones hacia un mercado específico y presenta tasas de retorno arriba del promedio, en un ambiente de clara competencia” (como se citó en Padilla, 2006, p.7- 8).

Con anterioridad se mencionaba el caso de la industria agroalimentaria en México durante el año 2018 cuyo posicionamiento se obtuvo con respecto a las exportaciones y el retorno satisfactorio en ganancias monetarias que dieron pauta

según al concepto de Padilla para que el país fuera considerado competitivo dentro de esta industria, de igual manera varios autores mencionan que:

En el caso de la industria agroalimentaria existen diversos trabajos empíricos que analizan vinculaciones entre factores y resultados empresariales. La mayor parte de estos destacan principalmente la estructura de la industria, las que explican en mayor medida la variabilidad en la rentabilidad de sus empresas. (Sánchez, 2015, p.14).

De tal manera que el tamaño de las empresas, la relación del sector agroalimentario con respecto a otras industrias en distintos países y la forma en que afectan las decisiones de unas empresas con respecto a otras influyen puntualmente en la obtención de las utilidades, por lo tanto pudiesen considerarse factores de obstáculo en cuanto a la competitividad de comercialización de los productos agrícolas, de la misma forma que la diversidad de impuestos que impone el gobierno, los obstáculos financieros y del mercado.

De igual modo Salas menciona que:

Otros factores internos que determinan la rentabilidad en la industria agroalimentaria son de carácter inmaterial, sin expresión física y se identifican genéricamente con servicios productivos proporcionados a través de estrategias basadas en el capital humano, aspectos comerciales y elementos tecnológicos definiendo distintas estrategias de las empresas. (Como se citó en Sánchez, 2015, p.14).

Además de los factores mencionados con anterioridad es indispensable mencionar la importancia que tienen los elementos tecnológicos, la innovación y la sustentabilidad en la competitividad de la industria y el sector agroalimentario no puede ser la excepción, ya que también de esto depende el desempeño económico de las empresas, por ello cabe resaltar que: “Para impulsar la innovación y modernización de las micro, pequeñas y medianas empresas de los sectores agroalimentario y rural, es necesario reducir las barreras que impiden el acceso al financiamiento”(Casillas & Almanza, 2017, p. 6).

Existen programas para el apoyo de esta industria tal como el Fideicomiso Instituido en Relación con la Agricultura (FIRA) que “tienen como objetivo facilitar e impulsar el acceso al financiamiento de empresas que ejecuten proyectos de innovación en el sector agroalimentario en su fase de escalamiento comercial” (Ávila, 2017, p. 3). Sin embargo, abundan las barreras y grandes retos que tiene que afrontar México en el sector agroalimentario para obtener un crecimiento considerable en la economía del país e incluso seguir manteniendo su posición de exportación con respecto a otros países principalmente en Estados Unidos, a su vez cuenta con grandes oportunidades que permiten mantener, crecer y participar en el mercado global a las Pymes de este sector.

Retos y oportunidades que tiene el sector agroalimentario

Los grandes retos sociales, políticos y económicos a los que se enfrenta y que afectan de manera directa la exportación de productos de este sector pueden tener cierta relación con los temas de la desigualdad de ingresos, valor de moneda, cambios climáticos repentinos, emergencias de salud, las constantes migraciones en grandes cantidades, los impuestos de los gobiernos en los diferentes países, la falta de financiamiento a este sector entre muchos retos más que no son únicamente dentro del país sino que son eventos que ocurren a nivel macroeconómico, es decir que la industria agroalimentaria está ligada a factores externos que afectan por la forma en que se toman las decisiones en otros sectores.

Otro tipo de problemas con los que tiene que lidiar este sector es la pérdida de cosecha o animales por causas climáticas, falta de capacitación, pérdida de fertilidad del suelo, (...) los altos costos de insumos y servicios como los son los combustibles, energía eléctrica, semillas, fertilizantes y mano de obra (Isla, 2018, p. 1-2).

Este tipo de factores que afecta directamente desde el proceso productivo disminuye considerablemente la cantidad de productos que deberían exportarse o comercializarse dentro del país. A causa de esto, el mercado golpea con una alta variación de los precios debido a la escasez de los productos por una mala cosecha en tiempos de climas inesperados, por los altos costos en los insumos para producir, más aparte todos aquellos costos que se generan en la comercialización de dichos productos y como se ha mencionado anteriormente también forman parte de los obstáculos que tiene que enfrentar el sector agroalimentario.

La cadena de suministro del sistema alimentario mexicano presenta diversas restricciones que la hacen poco competitiva e ineficiente, la heterogeneidad en los canales de distribución, la reducida infraestructura de almacenamiento y transporte, poco uso de estándares de calidad, trazabilidad y normas, las fallas de mercado y de información, los altos costos de transacción, las elevadas mermas y el poco énfasis de la política pública para atender estos problemas, son solo algunos de los problemas en los que la política agroalimentaria del país deberá poner especial énfasis. (Infoagro, 2018, p.9).

En cuanto a las políticas agroalimentarias que incluyen al gobierno, a los productores e intermediarios o distribuidores, además de hacer hincapié en cómo mejorar los procesos productivos para mantener la calidad en los productos al producir y comercializar en grandes cantidades, se debería pensar también en la inclusión de procesos sustentables en los que se requiera de material reciclado o aprovechamiento de algunos desechos de los mismo productos, de esto podría resultar una oportunidad en los mercados que actualmente están preocupados por impacto ambiental.

Múltiples oportunidades se identifican en los instrumentos de política agroalimentaria de México, los vastos recursos naturales con los que cuenta el país en una combinación con los recursos públicos disponibles gastados eficientemente, generan una oportunidad única para rediseñar las estrategias y alcanzar un mayor bienestar para la población mexicana. (Infoagro, 2018, p.13).

Teniendo en cuenta todos los factores que se han mencionado a lo largo de los temas, el país de México enfrenta obstáculos difíciles en relación a la producción, comercialización y exportación dentro de la industria agroalimentaria, sin embargo cabe resaltar que el aprovechamiento eficiente de los recursos con los que cuenta, genera una oportunidad para el sector que ocasiona un mejor desempeño en sus actividades, una respuesta favorable a las zonas rurales y una mejor calidad de vida para la sociedad.

Conclusión

Es necesario promover las inversiones de recursos financieros, físicos y de conocimiento hacia el sector agroalimentario; formando un interés por el mismo y fortaleciéndolo para el logro de un incremento económico, si el avance de esta industria quedará obsoleto repercutiría de manera grave en la sociedad. Por lo tanto, para el avance y desarrollo de la industria es necesario abarcar factores inmateriales como estrategias formuladas por las empresas dentro de la producción y comercialización de sus productos, hasta los elementos físicos como tecnológicos y financieros que tienden a generar una ventaja competitiva en el crecimiento de la economía del país.

Es esencial para aquellas unidades productoras que reportan vender sus productos en el mercado nacional y/o a nivel internacional, que puedan observar la importancia de adaptarse a los constantes cambios e integrar los elementos relacionados al crecimiento de la industria, que le favorezcan para mantenerse dentro del mercado competitivo y brindar apoyo e información para todos aquellos productores que aún no tienen la oportunidad de comercializar a nivel nacional o exportar sus productos a otros países por diversas necesidades.

Otro aspecto y no menos importante para hacer conciencia es la atención que se le brinda a este sector, en varias ocasiones el ser humano se enfoca en innovaciones o investigaciones de otros sectores que claro no dejan de ser parte importante para las personas, pero no en el mismo grado de severidad en que depende nuestra alimentación para sobrevivir, no hay que olvidar que esta industria cubre una de la necesidad básica de los seres humanos.

Además ante circunstancias críticas como actualmente lo es el Covid-19, esta industria no puede parar de trabajar es tan indispensable como lo es el sector salud, pero mucha gente no le da la misma importancia ni a la industria ni a los trabajadores que la conforman, aunque no sea igual de notorio que la labor de un doctor o simplemente instituciones de salud, un colaborador del sector agroalimentario merece atención admiración y respeto debido a que bajo cualquier situación tiene

que seguir laborando con o sin la suficiente protección para abastecer el consumo alimenticio de toda la población.

Aunado a ello sin duda las actividades agroalimentarias que se llevan a cabo en situaciones difíciles siguen aportando capital para la obtención de otros recursos y al desarrollo económico del país, es por esto por lo que el desempeño y la competitividad tanto productiva como de exportación en la industria alimenticia es vital para sostener tanto el bienestar socioeconómico como de salud.

Referencias

- Ávila, C. (17 de 09 de 2017). Financiamiento a la innovación en el sector agroalimentario (II). *El Economista*. Recuperado de: <https://www.economista.com.mx/opinion/Financiamiento-a-la-innovacion-en-el-sector-agroalimentario-II-20170919-0015.html>
- Casillas, M. P. & Almanza, C. J. (2017). Modernización de las pymes agroalimentarias y rurales (I). *El Economista*. Recuperado de: <https://www.economista.com.mx/opinion/Modernizacion-de-las-pymes-agroalimentarias-y-rurales-I-20170628-0009.html>
- Comisión Federal de Competencia Económica. (s.f.). Reporte sobre las condiciones de competencia en el sector agroalimentario. Recuperado el 14 de febrero de 2020, de <https://www.cofece.mx/reportes-sobre-las-condiciones-de-competencia-en-el-sector-agroalimentario-2/>
- García Pérez, S. L. (2017). Las empresas agropecuarias y la administración financiera. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 594. Recuperado de: <https://ageconsearch.umn.edu/record/262030/files/7.-%20Las%20empresas%20agropecuarias%20y%20la%20admon%20financiera.pdf>
- Haro, L. F. (14 de abril de 2019). *El Sol de México*. Recuperado el 12 de marzo de 2020, de *El Sol de México*: <https://www.elsoldemexico.com.mx/analisis/mexico-potencia-agroalimentaria-3320640.html>
- Hernández, J. M. & Barrón, M. A. (2013). Las empresas agrícolas mexicanas y sus sistemas de aprovisionamiento de trabajadores. *SciELO*. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/soc/v28n80/v28n80a7.pdf>
- Infoagro. (2018). Retos y Oportunidades del Sistema Agroalimentario. *Infoagro*. Recuperado de: <https://mexico.infoagro.com/retos-y-oportunidades-del-sistema-agroalimentario/>
- Instituto Mexicano de Contadores Públicos. (s.f.). Recuperado el 10 de marzo de 2020, de Instituto Mexicano de Contadores Públicos: <http://imcp.org.mx/servicios/cuales-los-productos-exporta-mexico-al-mundo/>
- Málaga, J. & Williams, G. (2010). La competitividad de México en la exportación de productos agrícolas. *Redalyc*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/141/14114743002.pdf>
- Mercado, A. & Córdova, K. (2011). La industria agroalimentaria en la controversia del desarrollo sustentable. *SciELO*, 6.

- Morales, R. (5 de 08 de 2019). México ingresa al top 10 de exportadores agroalimentarios. *El Economista*. Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Mexico-ingresa-al-top-10-de-exportadores-agroalimentarios-20190805-0122.html>
- Padilla, R. (27-29 de septiembre de 2006). Instrumentos de medición de la competitividad. México. Recuperado de: <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2009/01/2.1Indicadoresdecompetitividad1.pdf>
- Sánchez, F. (2015). Competitividad de la Industria Agroalimentaria y Dinamismo Territorial. Aplicación a las almazaras capitalistas de Andalucía. Córdoba. Recuperado de: <https://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/13287/2016000001370.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Isla, H. (25 de 07 de 2018). Altos costos de insumos, obstáculos de los agricultores en 2017. *El Financiero*. Recuperado de: <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/altos-costos-de-insumos-obstaculos-de-los-agricultores-en-2017>

SEGUNDA PARTE

**Estrategias de género,
gestión humana y
del conocimiento**

Influencia del clima organizacional en el desempeño y satisfacción laboral.

Tamar Sarahi Ixmatlahua Zepahua

Resumen

El propósito de este estudio es conocer de qué manera el clima organizacional repercute en el desempeño de los empleados y su debida satisfacción laboral, si existen efectos positivos o negativos que puedan influir en su comportamiento y la manera de realizar sus actividades.

La metodología que se utilizará será exploratoria, recabando información que permita valorar la relación entre el clima organizacional, desempeño y satisfacción laboral.

Realizando un análisis documental se puede destacar que el clima organizacional está conformado por elementos que influyen directamente sobre el empleado, generando en él una percepción que se verá reflejada en su manera de actuar, además de los factores organizacionales que puedan influir sobre su motivación, reconocimiento y las relaciones laborales. Las condiciones que se generen en el ambiente organizacional son los que determinarán que aumente o disminuya el desempeño laboral y el grado de satisfacción que el empleado tenga al realizar su trabajo.

Palabras clave. Clima organizacional; satisfacción laboral; felicidad en el trabajo.

1. Introducción

En la actualidad se ha descrito el clima organizacional de diversas formas de acuerdo con el punto de vistas de cada autor, llegando así a utilizar el término para describir al grupo de características que tiene una organización de trabajo y las percepciones que los empleados tienen de ese lugar, esta relación de ambiente con los empleados puede determinar la conducta y desarrollo que los empleados puedan tener, de esta manera Juárez (2012) dice:

El clima organizacional es una cualidad relativamente permanente del ambiente interno de una organización que experimentan sus miembros, influye en su comportamiento y puede describirse en función de los valores de un conjunto particular de características y actitudes en la organización. (p. 308).

Tomando en consideración que el clima tiene relación con el comportamiento del empleado, podemos resaltar que dependiendo del tipo de clima en el que se encuentre será la forma en la que el empleado desarrollará la percepción que tiene de ésta, puede llegar a ser positiva o negativa e influir de manera directa sobre la forma en la que el empleado realiza sus actividades, Sánchez y García (2017) nos mencionan:

La satisfacción laboral se puede relacionar directamente con el conocimiento de la persona dentro de una organización. Esta experiencia se transforma en la percepción del trabajador y esta última culmina en un componente emocional. Todos estos factores desembocan en la manera de actuar del individuo. (p. 162).

Así pues, se observa que el conjunto de características del ambiente laboral en el que se desenvuelve el trabajador define la actitud del empleado, afectando así su satisfacción laboral, lo cual no solo repercute en la calidad del trabajo que realiza el empleado, si no en la productividad de la empresa, si el empleado no cuenta con las oportunidades que propicien el poder desarrollarse, difícilmente tendrá la satisfacción en su empleo, Juárez (2012) nos menciona:

La satisfacción laboral es la actitud del trabajador hacia su propio trabajo y en función de aspectos vinculados como posibilidades de desarrollo personal, beneficios laborales y remunerativos que recibe, políticas administrativas, relaciones con otros miembros de la organización y relaciones con la autoridad, condiciones físicas y materiales que faciliten su tarea y desempeño de tareas. (p.308).

De esta manera se observa, en definitiva, la manera que el clima influye sobre la percepción y comportamiento del empleado, el efecto que tiene en la formación de actitudes ya sean positivas o negativas y la forma en la que esta puede afectar su satisfacción laboral dependiendo las características que tenga el ambiente en el que se encuentre el empleado.

2. Desempeño Laboral.

Las necesidades actuales de las empresas en un mundo globalizado obligan al trabajador a aumentar el desempeño con el que realiza su trabajo, para poder permanecer en el mercado que cada día es más competitivo, por consiguiente el empleado debe contar con una serie de características que favorezcan a que la empresa pueda alcanzar sus objetivos, de acuerdo con Pedroza, Amaya y Conde (2010), “el desempeño son aquellas acciones o comportamientos observados en los empleados que son relevantes para los objetivos de la organización y pueden ser medidos en términos de las competencias de cada individuo y su nivel de contribución a la empresa” (p.495).

Muchas veces este comportamiento se genera de acuerdo con la manera en que se relaciona la empresa con el empleado, esa vinculación que existe para determinar la forma en la que se debe realizar el trabajo, la orientación y el desarrollo de conocimientos para que se logre el desempeño esperado.

De acuerdo con Milkovich y Bourdieu (1994) “el desempeño laboral tiene una serie de características individuales, entre las cuales se puede mencionar: las capacidades, habilidades, necesidades y cualidades, entre otros, que interactúan con la naturaleza del trabajo y de la organización para producir comportamientos que afectan los resultados” (como se citó en, Queipo y Useche, 2002).

Tomando en cuenta que cada empleado tiene percepciones diferentes y que algunos cuentan con habilidades que otros no, así como conocimientos y experiencias distintas, podemos observar que las capacidades de cada empleado no son las mismas por consiguiente el desempeño será distinto, este se verá afectado de acuerdo con la formación de la persona, la disposición y factores sociales y culturales que puedan influir.

Así pues, el desempeño laboral puede variar dependiendo del entorno organizacional en el que se encuentre el empleado, el cuál puede brindar seguridad, estabilidad, motivación, reconocimiento y demás variables que puedan ayudar a maximizar su rendimiento y aumentar su desempeño; pero de no contar con un entorno favorable el desempeño puede verse afectado.

3. Las relaciones interpersonales en el trabajo.

En manera que las empresas se van desarrollando y buscan alcanzar sus objetivos de una forma más eficaz, mejorando los procesos organizacionales, el empleado es tomado como un recurso más en la organización, presionándolo para alcanzar el mejor desempeño posible para realizar sus actividades, se deja de lado las relaciones interpersonales un punto muy importante en la satisfacción laboral del empleado.

De acuerdo con Deci & Ryan (2008) las relaciones interpersonales son “una necesidad psicológica básica es tener las relaciones interpersonales significativas con otros y si estas se satisfacen genera en las personas motivación intrínseca y satisfacción” (como se citó en Yáñez, Arenas y Ripoll, 2010).

El contacto entre los trabajadores ayuda a generar un ambiente de confianza en el cual puedan expresar sus pensamientos, intereses en común, experiencia, formas de vida, entre otros, que ayudan a mejorar la comunicación y fortalecer las relaciones sociales, así pues, al sentirse incluido y aumentar su motivación las actividades individuales y colectivas pueden realizarse de una mejor manera.

Las relaciones interpersonales pueden ser distintas de empleado a empleado y la relación entre empleado y jefe, puesto a que entre compañeros del mismo nivel jerárquico suele existir una interacción más frecuente, una cercanía que facilita el diálogo, opuesto a eso no suele existir mucha interacción con los jefes ya que la cadena de mando muchas veces suele ser muy larga. Aunado a eso la actitud y comportamiento de los jefes influye en la comunicación que pueda existir con los empleados. Yáñez, Arenas y Ripoll (2009) afirman:

Un jefe será percibido como confiable por trabajadores (...) en la medida en que muestre ante todo integridad, especialmente siendo justo en la toma de decisiones y honestos, luego siendo benevolente, es decir, mostrando interés por el bienestar de ellos y en menor grado, siendo competente en su quehacer. (p.195).

Esta relación entre empleado y jefe muchas veces suele verse truncada por el mal manejo de situaciones ya que existen diferencias entre los pensamientos, la forma de trabajar, la toma de decisiones, los acuerdos que muchas veces son imposición del jefe sobre el trabajador por tener mayor nivel jerárquico, o el poco interés del empleado ante las peticiones del jefe.

Así pues, es fundamental que esas relaciones se fomenten para que el empleado se desarrolle de manera integral en su área de trabajo, de lo contrario, si no existen o se generan las relaciones interpersonales en las empresas los empleados pueden estar en riesgo de aislarse, sentirse rechazado, sin la capacidad de comunicarse de manera adecuada, disminuye su motivación y afecta de manera indirecta el desempeño de sus actividades y dificulta el trabajo colaborativo en la organización.

4. Clima organizacional.

Habitualmente las personas se desarrollan en entornos variados, dinámicos y muchas veces complejos, el estilo de vida que tienen es diferente para cada una, por lo cual podemos observar una diversidad de pensamientos, personalidad, cultura y comportamiento. De la misma manera, dentro de las organizaciones los empleados desarrollan o inhiben conductas y actitudes de acuerdo con el entorno en el que se desenvuelven.

García (2009) afirma que “para entender el clima de una organización es preciso comprender el comportamiento de las personas, la estructura de la organización y los procesos organizacionales” (p.48).

Como se dijo anteriormente, el comportamiento de las personas depende en gran manera de la forma en la que se desarrolla su vida diaria, la respuesta para cada situación que enfrente es diferente, la forma de resolver los conflictos o la manera de alcanzar sus objetivos también lo es, para los empleados, el clima organizacional varía de acuerdo a la interpretación individual respecto a la organización, depende de la percepción que tienen respecto a la manera en la que realizan el trabajo, la comunicación entre compañeros de trabajo, la disposición de las empresas para ayudar a sus empleados a desarrollarse eficazmente y así mejorar su desempeño.

Una correcta estructura de las organizaciones contribuye a generar mejores condiciones de clima organizacional, pues permite al empleado introducirse en un ambiente de conocimiento en el cuál pueda identificar cuál es su filosofía de la organización, cuáles son sus objetivos, la posición que el empleado representa dentro de ésta, de qué manera determinan las actividades, cuáles aspectos a los que se les da mayor importancia y en general la forma en la que se conduce la empresa.

Un punto importante es que los procesos se encuentren correctamente definidos, ya que si las actividades están bien establecidas y distribuidas los conflictos entre los empleados disminuyen y en consecuencia las actividades se desarrollan de manera óptima, permitiendo que mediante un trabajo individual o colaborativo se alcancen los objetivos dispuestos por la organización.

Tabla 1. Elementos del clima organizacional

Clima Organizacional	
Percepción	Proceso por el cual los individuos a través de los sentidos reciben, organizan e interpretan sus impresiones sensoriales.
Factores organizacionales	Elementos de la organización que se consideran influenciadores directos de la motivación y desempeño de los empleados.
Comportamiento organizacional	Manera en que las personas de forma individual y grupal actúan en las organizaciones.

Fuente: García (2009)

5. ¿Influye el clima organizacional en el desempeño laboral?

El clima organizacional está constituido por una serie de elementos en los que están relacionados los empleados, la organización, la manera en la que está estructurada, como llevan a cabo sus procesos organizacionales y demás factores que influyen directamente sobre el desempeño del empleado, estos elementos en conjunto crean un ambiente el cual puede beneficiar o perjudicar la manera en la que el empleado realiza sus actividades. Un aspecto de gran relevancia en el desempeño del personal en la seguridad que el empleado tiene de conservar su trabajo, como lo menciona Pedroza, Amaya y Conde (2010):

La estabilidad laboral genera a la persona tranquilidad, salud, motivación y buen estado emocional. En estas condiciones el individuo está dispuesto a dar más y enfocarse hacia otros horizontes que lo lleven a mejorar su posición tanto en la organización como en la sociedad. (p. 495).

De esta forma el empleado no tendrá la incertidumbre de si podrá conservar su empleo o no, reduce las preocupaciones o temores de que esté en riesgo su empleo, lo cual ayuda a enfocar sus esfuerzos en una mejor dirección, para realizar su trabajo de manera óptima lo cual genera beneficios para el empleado y la organización.

Caligiore y Díaz (2003) señalan que para el trabajador:

El reconocimiento dentro de la organización y la satisfacción de sus necesidades (...) se convertirá en el impulsador para asumir responsabilidades y encaminar

su conducta laboral al logro de las metas que permitirán que la organización alcance altos niveles de eficacia y desempeño laboral. (Como se citó en Quintero, Africano & Faría, 2008)

La falta de reconocimiento provoca que los empleados disminuyan el desempeño con el que realizan las actividades, ya que muchas veces se les da poco valor a los logros obtenidos, demeritando su trabajo y el esfuerzo que utilizó para superar los objetivos puestos por la organización, de manera que, si al trabajador se le reconoce y valora su trabajo genera en las reacciones positivas que le ayudan a seguir esforzándose y superarse cada vez más.

Si una empresa se preocupa por que el empleado tenga las condiciones favorables tanto físicas como emocionales para poder realizar sus actividades, no solo ayuda al empleado a desarrollarse, sino que genera en el empleado una motivación la cual lo impulsará a seguir mejorado su desempeño gradualmente.

6. ¿Factores que influyen en la satisfacción laboral?

Podemos englobar que la satisfacción laboral hace referencia hacia la forma en la que los empleados actúan de acuerdo con las condiciones laborales en las que desarrollan su trabajo dentro de la organización. García (2009) afirma: “El clima organizacional es la identificación de características que hacen los individuos que componen la organización y que influyen en su comportamiento” (p.48). En primera instancia podemos observar que el clima organizacional repercute directamente sobre la satisfacción del empleado, ya que está compuesta por una serie de características que crean percepciones en el empleado y determinan su manera de actuar.

Chiang, Salazar y Núñez (2007) definen la satisfacción laboral como “actitud o conjunto de actitudes desarrollados por la persona hacia su situación de trabajo, estas acciones pueden ir referidas hacia el trabajo en general o hacia ciertas facetas específicas del mismo” (como se citó en Sánchez y García, 2017).

Así pues, podemos evidenciar que las condiciones del trabajo es otro factor que influye en la satisfacción laboral, las cuales se componen por: el salario del empleado, los días de descanso, prestaciones conforme a la ley, vacaciones, seguridad, salud, entre otros. De esta manera cuanto más favorables sean las condiciones de trabajo para el empleado, éste tendrá una mayor satisfacción.

Aspecto relevante es la motivación que recibe el empleado por su trabajo, ya que si éste se encuentra debidamente motivado elevara la satisfacción, haciendo que desempeñe mejor sus actividades, trayendo grandes beneficios no solo para el empleado si no para la organización ya que aumentaría la productividad y ayudará a que este se mantenga en su empleo reduciendo los índices de deserción laboral.

Sánchez y García (2017) nos mencionan que “la fidelidad de un trabajador con su empresa, su productividad, su nivel de ausentismo o su rotación laboral dependen en un alto nivel de la satisfacción laboral” (p.162). Desta manera, si al empleado se le brindan estas condiciones aumentará su desempeño y satisfacción, realizando su actividades con mayor entusiasmo y con una mayor calidad.

Conclusiones

Se puede analizar que son varios elementos los que conforman el clima organizacional y que éstos influyen directamente en el desempeño y satisfacción laboral. Las empresas deben generar un entorno en el que el empleado se sienta cómodo para realizar sus actividades ya que dependiendo de éste se desarrollará una percepción positiva o negativa en el empleado que influirá en su comportamiento.

En primera instancia el empleado debe sentirse seguro en su trabajo, sin temor a que en cualquier momento pueda ser despedido, se le debe brindar estabilidad laboral para que realice su trabajo con la mayor tranquilidad y seguridad de que se le está tomando en cuenta como parte esencial de la organización, lo que aumenta su sentido de pertenencia y a la vez su fidelidad a la empresa. De esta manera el empleado realizará sus actividades con un mayor desempeño y elevará su productividad.

Otro aspecto que influye es la manera en la que se desarrollan las relaciones laborales, ya que esto puede generar un clima satisfactorio o estresante para el empleado, el trato que se brindan entre compañeros de trabajo y jefes es primordial para que encuentren en un ambiente armonioso y de confianza, en el que puedan comunicarse de manera efectiva y poder resolver los conflictos que puedan generarse.

En cuanto a las condiciones de trabajo, el empleado debe contar con un espacio físico que le facilite su trabajo, así como incentivos que le recompensen su buen desempeño, ya que esto lo motivará a mejorar su desempeño y le generará satisfacción en su trabajo. Un empleado que cuente con un clima organizacional en el que se le brinde estabilidad, se le reconozca su labor, le brinden condiciones óptimas de trabajo, que reciba motivación constante y genere un ambiente armonioso, de confianza y buena comunicación para el desarrollo de las relaciones laborales, disfrutará de una satisfacción laboral que le ayudará a realizar con más ímpetu su trabajo, aumentando sus índices de desempeño y productividad, y de esta manera sí, ser feliz en su trabajo.

Referencias

- Abrajan, C. M., Contreras, P. J. & Montoya, R. S. (2009). Grado de satisfacción laboral y condiciones de trabajo: una exploración cualitativa. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 14(1), 105-118. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29214108>
- Alexander, F. G. (2009). *Cómo cambiar creencias con la PNL*. Bogotá: Fundación universitaria los Libertadores.
- Bórques S. B. (2002). PNL: tres letras para facilitar el cambio. *Pharos, Arte, Ciencia y Tecnología*, 75-91.
- Consuegra, A. A. (2015). *PNL: el sistema representacional en los estilos de aprendizaje*. Los Ángeles: Universitat de les Illes Balears.

- Cuadra, P. A. & Veloso, B. C. (2007). Liderazgo, clima y satisfacción laboral en las organizaciones. *Universum. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, 2(22), 43-58. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65027764004>
- Cuadra, P. A., & Veloso, B. C. (2007). LIDERAZGO, CLIMA Y SATISFACCIÓN LABORAL EN LAS ORGANIZACIONES. *Universum. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, 2(22), 43-58. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65027764004>
- esacademic.com . (2012). Obtenido de Enciclopedia universal : https://enciclopedia_universal.esacademic.com/2815/Sistema_exteroceptivo
- García, S. M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una aproximación Conceptual. *Cuadernos de Administración*(42), 43-61. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225014900004>
- Pomares Jacquin, M. C. Jaruffe Romero, A. D. (2011). Programación Neurolingüística. ¿Realidad o mito en Psicología. *Duazary* , 243-250.
- Juárez, A. S. (2012). Clima organizacional y satisfacción laboral. *Revista Médica del Instituto Mexicano del Seguro Social*, 50(3), 307-314. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=457745495014>
- Lenin José Torres Silva, J. D. (2012). Programación Neurolingüística. ¿Realidad o mito en Psicología. *Iztacala*, 269-285.
- Manrique P, H. L. (2003). Gestión del nuevo milenio y Programación Neurolingüística. *Revista de Ciencias administrativas y sociales* , 179-186.
- Pedraza, E., Amaya, G., & Conde, M. (2010). Desempeño laboral y estabilidad del personal administrativo contratado de la Facultad de Medicina de la Universidad de Zulia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 16(3), 493-505. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28016320010>
- Queipo, B. & Useche, M. C. (2002). El desempeño laboral en el departamento de mantenimiento del Ambulatorio la Victoria. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 8(3), 486-496. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28080308>
- Quintero Weffer, B. S. (2009). ABATIR un modelo de resiliencia en las organizaciones humanas con el enfoque de PNL. *Negotium*, 44-62.
- Quintero, N., Africano, N. & Faría, E. (2008). Clima Organizacional y Desempeño Laboral del Personal Empresa Vigilantes Asociados Costa. *Negotium*, 3(9), 33-51. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78230903>
- Ribeiro, D. L. (1998). *La comunicación Eficaz* . Río de Janeiro, Brasil: Urano .
- Salgado, J. F., Remeseiro, C. & Iglesias, M. (1996). Clima organizacional y satisfacción laboral en una PYME. *Psicothema*, 8(2), 329-335. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72780208>
- Sánchez, T. M. & García, V. M. (2017). Satisfacción Laboral en los Entornos de Trabajo. Una exploración cualitativa para su estudio. *Scientia Et Technica*, 22(2), 161-166. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84953103007>
- Tenenbaum, S. Josiane de Saint, P. (1996). *Excelencia Mental, la Programación Neurolingüística*. Barcelona: Robin Book .
- Yanyin, R. Q. (2006) . PNL una estrategia para la gestión de organizaciones excelencia. *TeLos* , 390-403.

- Yañez, G. R., Arenas, C. M. & Ripoll, N. M. (2010). El impacto de las relaciones interpersonales en la satisfacción laboral. *Liberabit. Revista de Psicología*, 16(2), 193-201. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68617161008>
- Yañez, G. R., Arenas, C. M. & Ripoll, N. M. (2010). EL IMPACTO DE LAS RELACIONES INTERPERSONALES EN LA SATISFACCIÓN LABORAL. *Liberabit. Revista de Psicología*, 16(2), 193-201. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68617161008>

¿Te sientes motivado en tu trabajo?

Denisse Peña Plascencia

Resumen

El propósito de este artículo es analizar lo que acontece en el campo laboral hoy en día, así como también conocer las causas de la baja productividad en el sector industrial a nivel de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), en el Estado de Jalisco y de esta forma motivar a los futuros empresarios en la aplicación de la medición de la productividad, por medio de un estudio de caso, lo anterior resulta ser un factor importante en la evaluación del desempeño empresarial, la innovación y la creación de estrategias.

La productividad se ha vuelto un tema fundamental en las empresas, en las que utilizando una adecuada táctica condesciende en el aumento de la competitividad e innovación en las mismas, debido a que su aplicación representa un distintivo para alcanzar el éxito a nivel nacional e internacional.

Palabras clave. Motivación; Productividad; Pymes; Estrategias.

Introducción

Hoy en día el estancamiento del trabajador y la persuasión del recurso humano son dos de muchos problemas que enfrenta el trabajador, así como la empresa, es menester de las empresas conseguir talento humano con profesionalidad, motivado, pero además fiel a sus compromisos con la cultura organizacional de la misma, así como a sus objetivos.

La motivación se relaciona con las competencias básicas llamadas también habilidades blandas, donde interviene la personalidad del trabajador, de su propio autoconocimiento para aportar a la productividad empresarial, en este sentido la motivación “es la capacidad de elevar nuestro propio nivel motivacional más allá de lo que podrían hacerlo factores externos a él, la mejor motivación no es la que viene del entorno, sino que es la que autogeneramos, la que viene de nuestro interior” (Núñez, 2008, p. 31).

En la actualidad los trabajadores, no solo requieren de la automotivación, sino además requieren de una satisfacción basada en seguridad, hoy en día las empresas también buscan la baja rotación del personal, en ese sentido Prieto (2004) considera que:

En la actualidad las principales razones de permanencia o abandono de las empresas se centran en razones de tipo emocional. Ahora pagar por encima de la media no es tan importante como potenciar la seguridad de los trabajadores, crecer los beneficios sociales y laborales, la calidad de vida y que la organización verdaderamente practique los valores que predica. (p.45).

Es así como Pérez (2008) comenta que: “el salario emocional mezclado con lo cultura organizacional, pueden generar empresas” eficientes, tal como lo menciona y sus tres premisas para que una organización sea competitiva: “fuerza de trabajo creativa, trabajo en equipo y un alto grado de compromiso con la actuación laboral-motivación” (p. 67).

A la hora de que la empresa comprende la motivación de sus empleados, puede tomar acciones detalladas para que el trabajador sienta gusto por su trabajo, debido a que cuando un empleado se siente contento en la organización, comunicará esa emoción de bienestar en otras esferas de su vida, por ejemplo, en la familia.

Cultura Organizacional.

Actualmente la cultura organizacional es un tema que se interesa en el estudio e intervención en las organizaciones, ya que ofrece una perspectiva privilegiada para observar la organización en profundidad.

Las personas que se integran a una organización llevan consigo valores y creencias, pero esto no es suficiente, por lo tanto, se debe observar y actuar de acuerdo con las directrices de la empresa. Por lo tanto, el principal reto de las organizaciones contemporáneas es inspirar y mantener una cultura a través de la corporación que fomente la participación de conocimientos (Luthans, 2008, p.15).

Según Slocum (2009) “Una cultura es un conjunto de tradiciones y reglas tácitas que operan las veinticuatro horas del día. La función de la cultura pesa mucho al determinar la calidad de vida que existe en la organización”. (p.25).

Lo que concierne promover el espíritu organizacional es de suma importancia para reconocer la aspiración a la superación, el alcance con el que cuenta para identificar oportunidades y la perspectiva del futuro como destreza, la identificación de oportunidades que expresen, así como la práctica creativa e innovadora que caracterizan a los trabajadores que laboran en la organización.

Del mismo modo es importante que el trabajador tenga confianza en sus aptitudes para ejecutar la tarea de la toma de decisiones y así conservar una actitud positiva, si bien se pueden correr riesgos y confrontar situaciones inciertas, así como tener la capacidad de control y la administración de recursos, que no sean inconvenientes y aun así se pueda llevar al éxito la organización.

La aplicación de estos valores conlleva a la adquisición de una mente enfocada a hacer las cosas bien y a aprovechar al máximo las oportunidades que se presenten,

lo cual se considera que puede ser una fuerte ventaja competitiva sobre las otras empresas y de igual manera, traer muchos beneficios para aquella que los ponga en práctica.

Las organizaciones no existen sin personas, a pesar de todos sus recursos: (...).equipos, instalaciones, capital financiero y tecnología) necesitan de las personas para operar adecuadamente en un entorno lleno de oportunidades y amenazas. (...) Las personas son el principio, el punto medio y el final de las Organizaciones. Ellas fundan las organizaciones, las moldean, las impulsan y, según su desempeño, las llevan al éxito o a la bancarrota. (Chiavenato, 2009, p. 4).

Liderazgo

El liderazgo empresarial en la actualidad juega un papel de suma importancia dentro de la organización, debido a que la persona (líder) que tiene la habilidad de influir en sus compañeros de trabajo para satisfacer las necesidades dentro de la empresa tiene como objetivo explotar al máximo el potencial de los trabajadores, así como de la compañía misma.

Estas personas delegan la tarea de promover una visión al interior de la organización o, simplemente, no la realizan. Aunque en el corto plazo, con este estilo, se pueden alcanzar buenos resultados, lo más seguro es que en el mediano y largo plazo ocasione reducción del ritmo de trabajo, rotación del personal y ausentismo. (Kotte, 2008, p.82)

Según Sosik las personas consideradas líderes “Entienden la cultura de una manera intuitiva” (p.83). Uno de los principales objetivos del líder es promover espacios de discusión dentro de la empresa para que así se pueda analizar las condiciones en los que se encuentra la empresa, así como del personal que labora en ella a partir del desarrollo de la motivación, la influencia, comunicación y la visión compartida.

Según Conger (2005) Para generar transformaciones en las empresas y cambiar la situación actual, los líderes realizan un análisis concienzudo del entorno empresarial, económico y humano de los entornos internos y externo de las organizaciones, e identifican las deficiencias y oportunidades mal explotadas del mercado para construir metas y retos a partir de los cuales formulan una visión de futuro (p. 95).

Para lograr que los empleados se comprometan con la visión de la empresa es necesario que los líderes promuevan un sistema de motivación, que coloque los esfuerzos que comúnmente las organizaciones tienen, como lo son: la rentabilidad y el crecimiento del personal, por lo que se afirma que no solo se busca un interés de manera individual, sino que se incrementa a un interés de carácter colectivo dentro de la organización.

Tener iniciativa

Cuando conceptualizamos la definición de liderazgo nos podemos dar cuenta de que un buen líder se rige por cualidades que son de suma importancia para la organización. El concepto de liderazgo según Fernández (2018) “es un conjunto de habilidades que sirven para influenciar en la manera de pensar o de actuar de otras personas”. (p.2). En la actualidad, en las organizaciones se considera importante contar con un líder que tenga iniciativa ya que este tipo de personas tienden a actuar sobre la situación que se presente, así como también se compromete y se mantiene al tanto con los compromisos que se tienen en puerta.

Un punto importante para resaltar es que la persona escucha a los miembros de la organización y aprende de ellos, tomar la iniciativa no solo es ser insistente o molesto con las personas, sino que se tiene la particularidad de resolver los problemas que se susciten y no solo dejarlo al aire y sin solucionar como suele suceder con muchas empresas mexicanas.

Percatándonos de la situación en la que se encuentran las empresas de nuestro estado actualmente podemos darnos cuenta de que muchas de ellas por la conformidad y la zona de confort en la que se encuentran, es un indicativo de que existe la ausencia de iniciativa por parte del personal y de los altos mandos de la organización. Es por esto por lo que como lo menciona y afirma Einstein “Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo”. (p.1).

Por lo que se afirma que el miedo a salir de la zona de confort para afrontar las cosas nuevas que puede brindarse a la organización beneficiara de manera positiva rotundamente, por lo que el deber del líder es convencerlos de la confianza necesaria a los directivos de la empresa y a los empleados de tomar la iniciativa para llevar a cabo acciones que lleven al éxito de la organización.

Ser empático

El liderazgo empático se desarrolla como la destreza de manejar a un grupo de personas dentro de una organización, de este modo, se visualiza con más claridad los objetivos a cumplir, de esta manera se logra motivar a los integrantes de la organización para que se trabaje en una meta en común y que se disuelvan los conflictos que se puedan suscitar dentro de la empresa.

Al presente, las empresas están sumamente conscientes de que la empatía laboral como cualidad de liderazgo conlleva ser capaz de ponerse en los zapatos del otro, no solo en situaciones específicas del área de trabajo, sino en momentos precisos por lo que debe saber escuchar y estar atenta en las necesidades que requiera el trabajador.

En este sentido, el liderazgo empático conlleva acciones para incrementar la motivación dentro de los empleados; conocer el interés, las necesidades y las inquietudes que arrojan a los integrantes de la organización aportan beneficios directos hacia ellos, el cual beneficia ya que aumenta su bienestar.

El Doctor Guillermo Velázquez afirma que el liderazgo empático tiene el “propósito de brindar una alternativa a las organizaciones nacionales de diseñar sus

esquemas de trabajo y estructuras organizacionales, en torno a equipos que, a través de un líder logren el alto rendimiento” (p.3).

Tabla 1. Principios esenciales dentro del liderazgo empático

Principio	Definición
Humanismo	El líder empático debe ser por definición humano, comprendiendo a cada uno de sus seguidores, incorporando su creatividad, responsabilidad y constancia para la resolución de conflictos y barreras que encuentre en su camino.
Conocimiento	Debe dominar el campo en donde se desarrolla.
Justicia	Como una práctica que le permita el equilibrio entre premiar y sancionar.
Motivación	Elemento indispensable para transmitir energía al equipo de trabajo.
Toma de decisiones	Elemento necesario que le brindará un método y una estrategia para decidir por las mejores alternativas.
Servicio	Hacer del trabajo y la solidaridad con sus compañeros un privilegio.
Asesoría	Apoyar a cada uno de sus seguidores justo en el momento que lo requieran.
Valores	Fomentar la observación de los valores institucionales e individuales de forma práctica y con el ejemplo, es necesario señalar que los valores sólo se aprenden viviéndolos.

Fuente: Elaboración propia a partir de Fernández 2018

Reconocimiento

Un buen líder valora el (yo), como parte importante de las características de los trabajadores que forman parte de la empresa. Dentro de la misión, visión y políticas están considerados los valores humanos universales como lo son el reconocimiento, por tanto, los integrantes de la empresa estarán felices ya que se les toma en cuenta y por ende incentiva de diferentes formas.

Maslow (1943) presenta una pirámide motivacional en su cuarto peldaño de las necesidades destaca la importancia de la motivación, autoestima, respeto, autoconocimiento, confianza y el éxito que son determinantes para que exista una estrecha armonía entre el líder de la empresa y sus trabajadores.

En esta característica de liderazgo para ser un buen líder se debe valorar cada logro que tenga el empleado dentro y fuera de la organización ya sea pequeño o grande. Según González “cuando la gente ve que reconoces su labor y está rodeada por un clima amigable, trabaja mejor”. (p.6).

El reconocimiento laboral es uno de los sucesos más importantes con los que se cuentan las personas para sentirse feliz en su trabajo. Debe estar basado o lo que según la cultura de la empresa considere valioso y significativo. El reconocimiento del empleado es algo en lo que no se debe limitar debido a que se debe administrar

por ser un factor que ayuda a impulsar el alto desempeño, no genera gastos adicionales dentro de la organización el cual suscita el liderazgo, el compromiso y la productividad.

Un líder innovador debe reconocer la gran importancia del desempeño de los trabajadores en la empresa tanto individual como grupal debido a que en la retroalimentación se deben resaltar los puntos en los que se logró un resultado positivo, así como negativo, en lo grupal se resalta el desempeño y las áreas de oportunidad.

Ética laboral vs Ética profesional

Actualmente en las organizaciones es de suma importancia que se cuente con la ética profesional, así como con la ética laboral, debido a que ambas trabajan en conjunto, pero cuando existen diferencias las personas ya sean los directivos o los trabajadores de la misma empresa deben tomar algunas medidas, una de ellas puede ser la negación para acatar algún ordenamiento a realizar actividades negativas o perjudiciales para la organización.

Según Ruiz (2010) “La ética profesional es el conjunto de normas y valores que hacen y mejoran el desarrollo de las actividades profesionales” (p.44). Por otro lado, la ética laboral es indispensable para todo aquel individuo que desee trabajar, ya que en este se desarrolla la práctica de los valores que engloba la practica laboral, así como lo son: la responsabilidad, la creatividad, puntualidad, carácter, entre otros (Raffino,2019, p.47). La responsabilidad es de suma importancia cuando se aborda el tema de ética profesional, sin ella es imposible establecer nuestras propias metas.

Tabla 2. Maneras de promover la ética desde los niveles directivos

Caracter	Proceso
Entender la realidad	El directivo debe aprender a valorar correctamente la realidad e identificar las necesidades de los demás. Esto debido a que la ética busca la equidad y la justicia tanto en el proceder profesional, como en el trato con el otro.
Definir la misión de la organización y sus valores	En cada una de sus decisiones, los directivos de la organización deben de aplicar el saber ético, el cual está basado en los objetivos, misión y visión de la organización. Es por esto por lo que debe crear y difundir una cultura profesional y ética en la que los valores de la empresa estén alineados con la manera de actuar en la misma, dando un sentido de consecuencia a la organización y una serie de lineamientos éticos claros para los colaboradores.
La ética del directivo es una condición para dirigir mejor	Que el directivo practique el código ético de la organización de manera transparente y pública no solo le permitirá ejercer una dirección coherente y efectiva, sino que aportará con su ejemplo al ámbito ético laboral de la cultura organizacional, reforzando la misma.

Fuente: Argandoña (2010) profesor del IESE Business School. Propone tres maneras prácticas de promover la ética desde los niveles directivos de las organizaciones.

Conclusiones

El éxito de las empresas siempre suele recaer en sus líderes que de alguna forma tienen en sus manos la responsabilidad de lograr los objetivos planeados, así como dar crecimiento a la organización y a todos los integrantes que laboran en ella.

Se considera que el mayor éxito de la organización se basa principalmente en mantener al equipo de trabajo motivado, cimentado las bases, objetivos y la disciplina esperada y con un ambiente laboral adecuado.

Es de suma importancia darnos a la idea que la motivación es una herramienta de suma importancia para dentro del medio laboral, ya que es de gran beneficio tanto para el trabajador como para el director de la empresa y así se obtengan resultados sobresalientes, entre ellos están: buena relación de trabajo, mejora de la producción, así como el incremento de las expectativas con las que cuenta el empleado, entre otras.

Por lo tanto, la idea de que existen factores que favorecen el rendimiento del empleado, que aumentan la actitud positiva, uno de ellos es el aumento salarial, el área de trabajo en la que se encuentran, el reconocimiento de la organización hacia los empleados, entre otras.

Referencias

- Argandoña, A. (2013). Las empresas como transformadoras de la sociedad. IESE Business School No. WP1072.
- Araya, Luis. & Pedreros, M. (2013). Análisis de las teorías de motivación de contenido: una aplicación al mercado laboral de Chile del año 2009. *Revista de ciencias sociales*, 4(142),45-61.
- Castrillón Velásquez, D. (2011). Del líder al humano en la organización. Edit. Pensamiento y gestión.
- Díaz, J. Díaz, M. & Morales, S. (2014). Motivación laboral en trabajadores de empresas formales de la ciudad de Bogotá. *Revista Iberoamericana de Psicología: Ciencia y Tecnología*, 7(1), 59-77.
- Guerra, D. (2008). Principios y competencias del líder transformacional en instituciones educativas. Edit. Laurus.
- Hernández, H. (2011) La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX, desde las teorías administrativas científica, funcional, burocrática y de relaciones humanas, Facultad de Ingeniería Industrial, 81-88.
- Padilla, S. (2008). Conocimiento tecnológico: el desafío para las Pymes en México. Edit. Economía y Sociedad, 14(22),11-26.
- Ramírez, R. Abreu, J. & Badii, M. (2008). La Motivación Laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales: Caso empresa manufacturera de tubería de acero. *International Journal of Good Consciencie*, 3(1), 143-185.
- Saavedra, M. (2014). La pyme como generadora de empleo en México, *Clío América*, 8 (16), 153 - 172.

- Sánchez, J. (2003). Estrategia integral para pymes innovadoras. Revista Escuela de Administración de Negocios, Universidad EAN.
- Sánchez., J. & Barraza, L. (2015). Percepciones sobre liderazgo. Edit. Ra Ximhai, 11(4),1.
- Velázquez Valadez, G. (2005). Liderazgo Empático “Un modelo de liderazgo para las Organizaciones Mexicanas”. Revista del Centro de Investigación de la Universidad La Salle, 6(23), 81.
- Valencia, M. (2015). Capacidades dinámicas, innovación de producto y aprendizaje organizacional en pymes del sector cárnico. Edit. Ingeniería industrial, 26(3), 295-305.

Programación Neurolingüística excelente herramienta de comunicación en las organizaciones

Mayra Guadalupe Cruz Barba

Resumen

El propósito de la presente investigación es analizar la importancia que genera la disciplina; Programación Neurolingüística, utilizada como una herramienta estratégica de buena comunicación para el cambio y desarrollo de potencial humano dentro de las organizaciones. Formando individuos con conocimiento, capital intelectual, control de emociones y autónomos. Se ha retrocedido en enfoques tradicionales de administración y la relación hombre- organización, mismos conceptos que han ido evolucionando con el paso del tiempo y que en la actualidad generan mayor interés. Se realizará un estudio mediante una investigación descriptiva de observación y análisis para lograr la obtención de la información. Se concluyó que los individuos primordialmente crean en un principio objetivos personales, y tiene satisfacción personal. La Programación Neurolingüística actúa como herramienta para el logro de metas de acuerdo con lo que cada individuo considere ser el éxito, esto según su representación de la realidad, que influye en el cómo comunicamos nuestras percepciones

Palabras clave. Programación Neurolingüística, organización, administración, estrategia, comunicación, potencial humano, capital intelectual.

Introducción

En el día a día personas como usted y como yo conocemos a otros individuos de gran éxito, ya sean maestros, doctores, deportistas de alto rendimiento, empresarios, entre otros muchos más. La gran pregunta reside en el cómo hacen ellos para tener tal logro en sus actividades cotidianas. La Programación Neurolingüística constituye el funcionamiento de la mente y misma percepción que tienen los seres humanos de su entorno.

De acuerdo con Rincón (2006) la Programación Neurolingüística o PNL es una disciplina que conjuga técnica y arte en busca de la excelencia; a partir del conocimiento de las estructuras y formas de comunicación, al objeto de determinar los patrones de conducta idóneos para alcanzar objetivos, estableciendo la autorrealización personal. (P. 391).

De tal manera que la Programación Neurolingüística puede servir para que todos obtengamos mejores resultados en la realización de nuestras actividades, de esta

manera analizaremos primeramente las tres letras de Programación Neurolingüística (PNL), en primer lugar, la programación que es: “el proceso de organización de los componentes del sistema de las representaciones sensoriales, con el fin de obtener resultados específicos” (Bórquez, 2002, p.76).

A todos los seres humanos desde temprana edad se nos ha programado para comportarnos de cierta manera ante otras personas y el entorno en el que nos desarrollamos, esto ya sea para conocer que es bueno y que es malo, también a sentimientos de felicidad o tristeza, o patrones específicos de conductas guiadas por la sociedad, por mencionar algunos, esto de acuerdo a criterios o juicios previamente establecidos por quienes nos educan a lo largo de nuestro crecimiento y después por nosotros mismos y demás individuos con quienes creamos vínculos o nos formamos a lo largo de nuestra vida.

En lo referente a la palabra neurológico (de neurolingüística), el concepto es; tratamiento que damos a través del sistema nervioso a los datos internos y externos que recibimos, sabiendo que el número de impresiones sensoriales exteroceptivas y propioceptivas que nos llegan. (Bórquez, 2002, p.77)

Mediante el sistema neurológico podemos captar a través de nuestros cinco sentidos lo que se desarrolla y sucede a nuestro alrededor, la mente es capaz de almacenar sus experiencias y conocimientos que nos desenvuelven en el día, para después apropiarlos o desecharlos en función de nuestra personalidad. Por último, la lingüística, que alude a lenguaje, mismo que es “un sistema de comunicación en donde los procesos nerviosos son representados, ordenados y secuenciados en forma de modelos” (Bórquez, 2002, p.77).

Una herramienta simbólica que se representa con la construcción de las manifestaciones de los individuos, lo que percibe y el cómo se desenvuelve. El lenguaje es la manera en cómo interpretamos lo que nos acontece como seres individuales, para hacerlo saber a los demás y crear conexiones. La era moderna en constante globalización e innovación empuja a todas las organizaciones a desarrollar nuevas herramientas para la sostenibilidad y adaptabilidad como empresas para seguir en constante crecimiento, visto desde el punto del recurso humano, para que todos los grupos de interés internos de una organización estén en funcionamiento correcto es indispensable fomentar la buena comunicación.

Herramienta de comunicación.

Desde tiempos remotos el ser humano ha tenido la necesidad de comunicarse, es así como a lo largo de los años se han desarrollado sonidos y señas que hoy conocemos como lenguaje, los cuales nos permiten transmitir e interpretar información.

El término comunicación es, la forma en que los individuos envían información a otros receptores quienes responden de acuerdo con las necesidades de cada uno y

1. Conjunto de receptores sensitivos formados por órganos terminales sensitivos, que reciben los estímulos del origen exterior al cuerpo, estos estímulos pueden ser; frío, calor, presión, dolor, etc. Recogidos por el sentido del tacto.

en función de lo interpretado o transmitido, sin embargo, no es mediante el habla la única forma de comunicarnos, existe comunicación verbal y no verbal, la no verbal que hace referencia al lenguaje corporal o de señas interpretado con las manos.

En lo que refiere a una organización la importancia de la comunicación reside en el buen manejo de información transmitida por los individuos, ya que mediante el lenguaje nos comunicamos de una manera estratégica, el lenguaje funciona como una herramienta que si bien es utilizada adecuadamente en una empresa suma éxito o fracaso en el desarrollo organizacional, ya que puede llegar a influir de una manera positiva o negativa en la toma de decisiones, realización de algún nuevo proyecto o plan de negocio.

Si bien la comunicación como herramienta en las organizaciones como se menciona con anterioridad es fundamental, pues puede convertirse en uno de los mejores aliados para que la empresa funcione o se desenvuelva de una mejor manera, pero realmente ¿qué nos permite esta herramienta de comunicación enfocado a la Programación Neurolingüística?.

La comunicación es:

Una herramienta tanto interna como externa, que permite a los individuos evaluar las asociaciones y disociaciones cognitivas conductuales. Así mismo se puede considerar que dicha herramienta es un modelo de como las personas estructuran sus experiencias individuales de la vida, es decir, creencias, valores y principios, al igual que trabaja sobre la estructura de la experiencia humana subjetiva y la forma como los seres humanos organizan lo que ven, escuchan, sienten, huelen y gustan, de allí la efectividad de la herramienta en el ámbito comunicacional. (Díaz, Pérez, Torres, 2012, p.972)

De acuerdo a lo anterior la importancia de la Programación Neurolingüística como herramienta de la comunicación es el modo en que miembros de las organizaciones sin clasificar su rama productiva y sector al que se dediquen y pertenezcan les proporciona fortalecimiento en diversas habilidades en el ámbito individual y en relación con otros individuos, ayudando en la reprogramación de actitudes, promoviendo que los individuos sean flexibles en su conducta dentro de la organización y buscando ampliar el capital intelectual.

En las empresas, la comprensión del comportamiento de otros individuos juega un rol relevante ya que el trabajador en sentido administrativo anteriormente era considerado solo eso, un recurso que prestaba su fuerza laboral para desempeñar sus actividades, no se ponía atención a su desarrollo como un ser pensante y autónomo, que podía involucrarse y beneficiar más a la organización, en el presente el recurso humano es un ser que suma, siente y no una maquina la cual explotar.

Por ende, la participación de un trabajador ha evolucionado al punto de convertirse en un aliado estratégico, para el mejor funcionamiento y como una ventaja competitiva frente a la competencia, ya que un empleado que se siente en armonía y desempeña sus labores en un clima laboral pleno es más productivo.

La Programación Neurolingüística y los cinco sentidos.

Gusto, tacto, olfato, vista y oído, son los cinco sentidos que la mayoría de seres humanos tienen, los cuales utilizan y les permiten percibir información del exterior y comprenderla, así como aprender de la realidad o representación en la que se encuentren, en la Programación Neurolingüística (PNL), estos sentidos son involucrados ya que la PNL, “es el estudio de la experiencia humana subjetiva, como el individuo organiza lo que percibe, como filtra o estudia el mundo exterior mediante sus sentidos, explora como la persona transmite su interpretación del mundo a través del lenguaje” (Díaz et al., 2012, p.976).

La mayoría de los empleados en una organización y en el mundo en general, ven e interpretan el ambiente laboral en el que se desarrollan de una manera diferente, la información que llega a través de ellos mediante sus cinco sentidos es procesada de acuerdo con sus experiencias, por ende, lo que un trabajador logra percibir no será de la misma manera que otro.

En la Programación Neurolingüística las vivencias y experiencias son captadas y procesadas como información donde se estructura y significado a cada una de ellas, esto se realiza a nivel lingüístico, esto a través de las palabras, sonidos, sentidos, sensaciones u olores. (Díaz et al., 2012, p.976).

Por lo anterior dentro de una organización la PNL enfoca el aprendizaje de los seres humanos, además ayuda a la gente a enseñarle a usar sus propios recursos, a comprender su entorno y comprender el entorno de sus compañeros, sabiendo que la manera en que el otro percibe el mapa de su realidad muchas veces no es igual a como él la percibe.

Pera que un individuo logre una comunicación eficiente y efectiva muchas veces es necesario intentar dejar de visualizar solo tu realidad e intentar percibir como los demás perciben. De acuerdo con Covey (2005) el término escucha empática “consiste en entrar en el marco de referencia de la otra persona” (p.45). Se ven las cosas a través de ese marco y se ve el mundo como lo ve la otra persona, intentando comprender el paradigma del otro.

Por esto la esencia de la escucha empática no consiste en estar de acuerdo: consiste en comprender profunda y completamente al otro, tanto emocional como intelectualmente” (Díaz, et al., 2012, p.978).

Cuando los individuos logran alcanzar completamente el comprender a la otra persona lo hacen gracias al desarrollo y capacidad individual, así como en la flexibilidad de su comportamiento, creando para ellos y los demás el alcance de las herramientas que les proporciona la PNL. Como lo mencionan Díaz et al. (2012) “la PNL proporciona herramientas y habilidades para el desarrollo de los estados de excelencia individual, induciendo al individuo a reconfigurar la manera en que se producen las creencias” (p.979).

Métodos de representación.

En todas las relaciones humanas la comunicación es el engranaje clave para formar conexiones con otros individuos, expresar lo que pensamos y las ideas que se tienen es fundamental para crear estos vínculos.

La comunicación dentro de la PNL como lo menciona Alvarado (2002), “se establece como proceso idóneo para conectar con los demás a partir de ideas, hechos, pensamientos y conductas, buscando la relación al comunicado que se ha envidado, para cerrar así el proceso” (pag.16). Cuando entre los individuos de una organización se establece una comunicación efectiva, se originan métodos de representación, mediante los cuales exponemos nuestro comportamiento a través de la percepción del ambiente en el que se desenvuelve cada uno. Cada persona expone de manera distinta su interpretación del mundo, ya que ningún individuo es igual al otro, de la misma manera los métodos de representación son diferentes, ya sea en influencia a su nivel académico, cultural y experiencias.

Si cada uno percibimos el mundo de una forma distinta, de esta misma manera expresamos las experiencias a nuestra manera personal, ya que mediante el sentido que más utilizamos o desarrollamos captamos la información externa. De acuerdo con Sambrano (1997), existen tres tipos de métodos de representación que pueden ser desarrollados por cada individuo. Los cuales nos ayudan de manera personal captar información. (p.11) El contenido de la siguiente tabla nos permite conocer la descripción de cada método de representación.

Tabla 1. Métodos de representación

Método de representación	Descripción
Método de representación visual	El método visual hace referencia a la manera en la que individuos mediante la vista consideran el mundo, este es su principal sentido de comunicación, ellos tienden a examinar el ambiente en el que se forman en imágenes, relacionan y plasman las palabras con ilustraciones.
Método de representación auditivo	Es utilizado por aquellos individuos los cuales dan y reciben información mediante charlas, conferencias o discursos, son selectivos en el vocabulario que emplean y el que desea percibir de la otra parte, son dados a utilizar metáforas auditivas y un tono de voz adecuado para su comprensión.
Método de representación Kinestésico	Son personas que reaccionan a las sensaciones táctiles y suelen utilizar metáforas del mundo físico principalmente mediante el tacto, dan y reciben la información mediante sus experiencias, haciendo uso de su cuerpo y movimientos con contacto a los demás.

Fuente: Elaboración propia.

Mediante la observación del lenguaje y los métodos de representación que utiliza cada individuo es posible acceder un poco más a los rasgos culturales y crear una comunicación adecuada y eficaz para recibir información, desarrollar vínculos

afectivos, realizar mejor trabajo en equipo y ser empáticos con los seres humanos a nuestro alrededor, reconociendo así que la palabra es una conexión que lleva a la acción.

La Programación Neurolingüística tiene como objetivo permitir mediante cada método de representación a cada persona adquirir una representación de su realidad en la cual exista un mundo que le sea satisfactorio, y que le funcione para poseer lo que le sea importante en la vida, con esto buscar y alcanzar de una manera óptima todas sus metas propias.

Cualquier ser humano que logre enfocar una representación de la realidad y alcance la satisfacción podrá trabajar de una manera más productiva, ya que para el recurso humano el trabajo en un clima de comunicación efectiva y eficaz hará que forme parte de lo más significativo de su entorno y siendo parte crucial en su día a día.

Relación con los demás

Cómo ya se ha hablado con anterioridad, la comunicación es una conexión que los humanos desarrollamos para crear una relación. Asimismo, utilizamos los sentidos, contacto, vista, palabras, sonidos u objetos para interactuar con otros individuos y transmitir lo que nuestra representación de la realidad percibe.

Aunque no todos los tipos de comunicación conlleven palabras es fácil descubrir cuando se requiere generar una comunicación recíproca en la cual exista conexión. Como lo mencionan Josiane De Saint y Sylvie Tenenbaum (1996) no se puede no comunicar, ya sea que estemos comunicándonos de una manera consciente o inconsciente, por mencionar no podemos controlar los gestos que realicemos con el rostro o labios, mismos que los otros perciben.

Lo que comunicamos de manera inconsciente influye de manera consciente en un porcentaje más amplio, se puede decir que un empleado A está de acuerdo en trabajar con otro empleado B, lo que A siente será percibido por B sin necesidad de comunicar mediante el habla.

Para establecer una interacción existen dos elementos fundamentales; el contenido y la relación, el contenido es el *objeto* de la interacción, las informaciones intercambiadas y la relación corresponde a su *carga afectiva*, aún bien cuando el contenido de nuestro mensaje suele basarse en un proceso voluntario o consciente no siempre controlamos las manifestaciones exteriores de lo que sentimos. (Josiane de Saint Paul y Sylvie Tenenbaum, 1996, p 162)

Por lo anterior se dice que la calidad que se desarrolla en la comunicación radica en los elementos anteriores siendo inconscientes o consciente de lo que deseamos que el otro individuo perciba, la congruencia de lo expresado mediante el habla y el lenguaje no verbal tiene que transmitir lo mismo. La comunicación es un proceso circular como lo mencionan Josiane y Sylvie “cada uno de los interlocutores influye sobre el otro, pero también es influido por el otro” (p 163).

Las interacciones que desarrollamos con los demás nos permiten saber que el comportamiento del otro interlocutor es el resultado del tipo de mensaje que se ha emitido, por decirlo de otra manera, obtendremos el comportamiento del otro que uno mismo ha suscitado.

Conclusión

La Programación Neurolingüística es un arte de ciencia que busca desarrollar la excelencia personal, la mayoría de los individuos que tienen control sobre las emociones de su interior y desarrolla capacidades mentales completas alcanza sus objetivos y metas.

A lo largo de nuestra vida, nos relacionamos con otros seres humanos y creamos vínculos por necesidades, en una organización la comunicación y la creación de estos enlaces nos proporcionan herramientas de crecimiento personal. En muchas ocasiones no llegamos a comunicarnos de manera eficiente por lo que creamos roces o conflictos que nos conllevan a problemas.

El utilizar la Programación Neurolingüística como herramienta de excelencia para la comunicación no solo dentro del trabajo sino como un estilo de vida frente a todos los aspectos diarios de la vida, nos permitirá tener un control mental y satisfactorio al ser empáticos con los demás intentando comprender el actuar diario, ya que como sabemos el mapa de nuestra realidad en lo absoluto será como el de nuestro prójimo.

Lo principal como seres humanos pensantes y autónomos es cambiar nuestra programación preestablecida en nuestro nacimiento y desarrollo de vida, ya que desde que nos enfrentamos al mundo se nos han dictaminado los comportamientos, actitudes e incluso pensamientos. Por lo anterior la PNL como su nombre lo indica puede ayudarnos a reprogramar la manera en que nuestros planes individuales pueden cambiar para alcanzar la excelencia en todas nuestras metas.

Los individuos primordialmente crean en un principio objetivos personales, mismos que buscan cumplir para su desarrollo y su satisfacción personal buscando alcanzar el éxito. La Programación Neurolingüística actúa como herramienta para el logro de metas de acuerdo con lo que cada individuo considere ser exitoso, pero para todo es necesario reprogramar nuestra mente, disciplinarla y entrenarla, que cada acción que realicemos nos acerque más a lo que deseamos alcanzar.

Referencias

- Abrajan, C. M., Contreras, P. J. & Montoya, R. S. (2009). Grado de satisfacción laboral y condiciones de trabajo: una exploración cualitativa. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 14(1), 105-118. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29214108>
- Alexander, F. G. (2009). *Cómo cambiar creencias con la PNL* . Bogotá : Fundación universitaria los Libertadores .

- Bórques S. B. (2002). PNL: tres letras para facilitar el cambio . *Pharos, Arte, Ciencia y Tecnología* , 75-91.
- Consuegra, A. A. (2015). *PNL: el sistema representacional en los estilos de aprendizaje* . Los Ángeles : Universitat de les Illes Balears .
- Cuadra, P. A. & Veloso, B. C. (2007). Liderazgo, clima y satisfacción laboral en las organizaciones. *Universum. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, 2(22), 43-58. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65027764004>
- Cuadra, P. A., & Veloso, B. C. (2007). LIDERAZGO, CLIMA Y SATISFACCIÓN LABORAL EN LAS ORGANIZACIONES. *Universum. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, 2(22), 43-58. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65027764004>
- esacademic.com* . (2012). Obtenido de Enciclopedia universal : https://enciclopedia_universal.esacademic.com/2815/Sistema_exteroceptivo
- García, S. M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una aproximación Conceptual. *Cuadernos de Administración*(42), 43-61. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225014900004>
- Pomares Jacquin, M. C. Jaruffe Romero, A. D. (2011). Programación Neurolingüística. ¿Realidad o mito en Psicología. *Duazary* , 243-250.
- Juárez, A. S. (2012). Clima organizacional y satisfacción laboral. *Revista Médica del Instituto Mexicano del Seguro Social*, 50(3), 307-314. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=457745495014>
- Lenin José Torres Silva, J. D. (2012). Programación Neurolingüística . ¿Realidad o mito en Psicología. *Iztacala*, 269-285.
- Manrique P, H. L. (2003). Gestión del nuevo milenio y Programación Neurolingüística. *Revista de Ciencias administrativas y sociales* , 179-186.
- Pedraza, E., Amaya, G., & Conde, M. (2010). Desempeño laboral y estabilidad del personal administrativo contratado de la Facultad de Medicina de la Universidad de Zulia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 16(3), 493-505. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28016320010>
- Queipo, B. & Useche, M. C. (2002). El desempeño laboral en el departamento de mantenimiento del Ambulatorio la Victoria. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 8(3), 486-496. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28080308>
- Quintero Weffer, B. S. (2009). ABATIR un modelo de resiliencia en las organizaciones humanas con el enfoque de PNL. *Negotium* , 44-62.
- Quintero, N., Africano, N. & Faría, E. (2008). Clima Organizacional y Desempeño Laboral del Personal Empresa Vigilantes Asociados Costa. *Negotium*, 3(9), 33-51. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78230903>
- Ribeiro, D. L. (1998). *La comunicación Eficaz* . Río de Janeiro, Brasil : Urano .
- Salgado, J. F., Remeseiro, C. & Iglesias, M. (1996). Clima organizacional y satisfacción laboral en una PYME. *Psicothema*, 8(2), 329-335. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72780208>
- Sánchez, T. M. & García, V. M. (2017). Satisfacción Laboral en los Entornos de Trabajo. Una exploración cualitativa para su estudio. *Scientia Et Technica*, 22(2), 161-166. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84953103007>

- Tenenbaum, S. Josiane de Saint, P. (1996). *Excelencia Mental, la Programación Neurolingüística*. Barcelona : Robin Book .
- Yanyn, R. Q. (2006). PNL una estrategia para la gestión de organizaciones excelencia . *TeLos* , 390-403.
- Yañez, G. R., Arenas, C. M. & Ripoll, N. M. (2010). El impacto de las relaciones interpersonales en la satisfacción laboral. *Liberabit. Revista de Psicología*, 16(2), 193-201. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68617161008>
- Yañez, G. R., Arenas, C. M. & Ripoll, N. M. (2010). EL IMPACTO DE LAS RELACIONES INTERPERSONALES EN LA SATISFACCIÓN LABORAL. *Liberabit. Revista de Psicología*, 16(2), 193-201. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68617161008>

“¿La administración de la publicidad en industria y las organizaciones afecta al género femenino?”.

Alma Cinthya Iñiguez Becerril

Resumen:

A través de las publicaciones de revistas dirigidas al público femenino se puede observar la imagen que proyectan de una mujer perfecta distorsionando el verdadero concepto y si es que por esto se llegan a tener problemas de conducta alimenticia.

Se cree que de cierta manera esto influye en la autoestima de la mujer cuando observa que la realidad no se corresponde con lo que debería ser, es ahí que aparece el conflicto interno.

El propósito del presente trabajo es el análisis en que la industria de la moda cree estereotipos que causa consecuencias.

Para describir dicho análisis se hará una investigación descriptiva y exploratoria.

Palabras claves: Cuerpo femenino, belleza, revistas, conducta alimenticia, autoestima

Introducción

Las imágenes que se encuentran en las revistas femeninas son aquellas que influyen mayoritariamente a las mujeres. Las representaciones que observamos en las revistas femeninas tienen influencia sobre el concepto de una misma, la aspiración por alcanzar dichos estándares de belleza. “Las lectoras reproducen actitudes acciones y/o respuestas emocionales que presentan los modelos ya sean simbólicos o de la vida real. Las revistas tienen el poder de provocar respuestas imitativas a partir de modelos masculinos y femeninos” (Bandura y Walters, 1979, p.7).

Podemos poner de ejemplo el problema que no es nuevo en la sociedad que son los desórdenes alimenticios que se presentan mayoritariamente en las mujeres, algunos casos sugieren que se debe al deseo de querer aparentar el cuerpo de la modelo o a algún estándar de belleza impartido y esto se debe a la falta de autoestima de esta.

La imagen corporal que tiene una mujer sobre sí misma es un elemento fundamental en la creación de su autoconcepto y autoestima, de tal forma que si está insatisfecha con su imagen corporal puede ser el origen de ciertos trastornos, como los del comportamiento alimentario. (Baile, Osorio, & Toro, 2004, p.2).

Revisión Literaria

En general las mujeres pasan por algunas etapas de transición, la que ocupa mayor conflicto es la adolescencia donde se ponen en duda ciertos aspectos de su físico que pueden ser considerados como inaceptables, inclusive antiestético.

Si a esto unimos que hoy en día la belleza está relacionada a un cuerpo estilizado, muy delgado, tez clara y sin ningún tipo de imperfección en rostro o cuerpo, es en este punto cuando pueden llegar a aparecer los Trastornos de Conducta Alimenticia también conocidos como TCA debido a la poca o nula aceptación del cuerpo tratando de alcanzar la imagen de belleza deseada o queriéndola imitar.

Las mujeres tienen mayor preocupación en cuanto al peso y como son tan ensimismadas ignoramos el hecho de que cada año mueren miles de ellas por un abuso auto impuesto hacia su cuerpo. Los estereotipos de belleza que los medios de comunicación nos muestran son a veces inalcanzables y no porque sean así realmente, sino porque retocan las imágenes para que se vean visualmente estéticas que orillan a varias mujeres a tomar drásticas decisiones.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS) la anorexia nerviosa es la tercera enfermedad crónica más común. De la población afectada el 90% son mujeres, asimismo una de cada cien niñas padece anorexia mientras que el 3% desarrolla bulimia.

No es algo que se pueda tratar como cualquier enfermedad dando un simple medicamento y como no son enfermedades extrañas ni sensacionalistas no hay mucho enfoque hacia ellas, pero existen y afectan a una gran cantidad de mujeres.

La preocupación de las mujeres, desde la mitología griega hasta la actualidad podemos observar a la mujer siendo idealizada esbelta y delicada. Por esa razón en muchas ocasiones su vida consiste en una constante lucha contra inseguridades y prejuicios al ser comparada con las imágenes idealizadas de las mujeres que aparecen en la publicidad de revistas.

Sin duda existe una relación entre los medios de comunicación y como se concibe la estética, en este caso las revistas y el incremento de la insatisfacción corporal en las mujeres y por resultado el incremento del riesgo de sufrir un trastorno de conducta alimentaria existe algunas investigaciones.

Un ejemplo es la investigación realizada por Grosez, Levine y Mueren, quienes analizaron 25 trabajos acerca de “la influencia de las imágenes de los medios de comunicación en el ideal de delgadez y confirmaron que la imagen corporal se veía afectada tras observar imágenes de los medios de comunicación, pero no al observar imágenes” (p.89).

Es indudable el papel que ejercen los medios de comunicación para la concepción de lo estéticamente correcto, obteniendo como resultado la aparición de los trastornos de conducta alimenticia, Lamieras, Claro & Rodriguez llegan a afirmar que

Los estudios desarrollados a tal efecto muestran resultados concluyentes: una clara relación entre la exposición a los medios de comunicación (televisión,

revistas) con el inicio y mantenimiento de la insatisfacción corporal, patología alimentaria y en el peor de los casos el desarrollo de Trastornos de la Conducta Alimentaria-TCA., como se cito en (Pérez, Gabino, & Baile, 2007, p. 7).

“La Bulimia y la Anorexia representan la expresión patología de dos mitos de nuestra época: el narcisismo y el consumo. Los bulímicos lo engullen todo, pero los excesos prueban la imposibilidad de llenar el vacío que se haya en el núcleo de su existencia (...) todo puede ser comprado menos el amor. Los anoréxicos rechazan la lógica del consumo, se entregan al culto narcisista de la masa corporal. (Massimo, 2011, p.26)

Como las imágenes publicitarias influye en la aparición de este trastorno es difícil de demostrar pero la atención constante para parecer mas delgadas, modelos de pasarela delgadas unido a dietas para adelgazar puede llegar a formar un ambiente negativo favoreciendo sus conductas de adelgazamiento.

Es cierto que la causa de los TCA no es únicamente por las imágenes publicitarias también puede llegar a ser causa por una baja autoestima, perfeccionismo, objetividad.

Se considera que se llegan a generar una imagen esquelética con las versiones de la moda que influye en la aparición de los TCA. En un reportaje de nota periodista El país (2020) en su artículo “La Moda prefiere esqueletos” un modisto afirma que “la delgadez forma parte de la normalidad, que el problema es la obesidad” (p.5). Entonces ¿Por qué no incluye modelos de un IMC de peso normal en vez de delgadez extrema?

Quizá se base en esto asociándolo con la idea de que a una modelo delgada le sienta más el vestido en la pasarela o fotografía que a una con proporciones de talle grande.

Las industrias con mayores ingresos son la de las dietas, generando ganancias de hasta 33,000 millones de dólares al año, la cosmética con unos 20,000 millones y de la cirugía estética unos 300 millones, han crecido del dinero que han ganado aprovechándose de las preocupaciones por las mujeres debido a las inseguridades generadas, podría decirse que se está usando esta ansiedad para un fin económico.

Se tienen datos estadísticos que al menos el 90% de las mujeres y chicas hacen o han hecho dieta en algún momento de sus vidas, donde a la gran mayoría no le funciona y no porque sea algo que hicieron mal sino porque a la imagen que quieren llegar o aspiran es casi imposible.

Mary Evans Young, psicoterapeuta y fundadora de la compañía anti-dieta Diet Breakers, dice que los “medios de comunicación, la industria de la moda y de la cosmética, han creado un problema “artificial que genera la necesidad de “estar delgada” en las mujeres de los países más desarrollados” (p.6).

Ella inicio con esta iniciativa al enterarse de un suicidio de una joven de 15 años y la causa fue que no entro en una talla 5, desde que salió esta propuesta ha recibido más de 4,000 cartas de mujeres pidiendo consejos e incluso pidiendo ayuda.

De los años setenta hacia delante, la mujer ideal se ha ido haciendo cada vez más y más delgada, antes en los años sesenta en las imágenes publicitarias salen mujeres

con curvas mostrando que un cuerpo delgado no era el ideal de belleza, después de esa época la imagen cambio mostrando a una mujer delgada adoptando la nueva idea de un cuerpo perfecto.

Los medios de comunicación influyen en estos trastornos de conducta alimenticia, ya que pasamos la mayor parte de nuestro tiempo en redes sociales siguen influencers o viendo las fotos de la supermodelo en tendencia, haciéndonos pensar porque no tenemos una figura así.

Es habitual seguir en redes sociales a influencers, marcas o revistas que cada vez son más artificiales y que estas publicaciones sean para anunciar algún producto. Así nos llegan imágenes poco realistas de cómo debería ser nuestro día a día y como debemos ser nosotros, esto puede llegar a causarnos un malestar y es una parte del impacto que puede causarnos las redes sociales a nuestra autoestima. El impacto de todo esto en la autoestima puede afectar más si se, el mayor riesgo de todo esto es que lleguen a aparecer los trastornos de conducta alimenticia.

Cuando vemos un comercial en la tele o una publicación en alguna revista podemos ver con regularidad que las personas que aparecen en estos segmentos se pueden clasificar que tienen un tipo de apariencia "bien" o "ideal", hay gente que se toma tan en serio estos ideales que hacen cualquier cosa por imitar o asemejar dicha imagen.

Según una investigación realizada por ADS Everywhere: The race to Grab your Brain estima que las personas estamos expuestas un promedio de 5000 anuncios publicitarios al día. Esta publicidad llega por diversos medios como televisión, revistas, sitios web, cine, redes sociales, entre otros. La manera en la que se retrasa la gente en estos anuncios hace que nos pongamos en duda si tenemos algún problema con nuestros cuerpos afectando nuestra imagen corporal.

Podríamos hacernos dos preguntas ¿Qué papel juegan los medios de comunicación social en el desarrollo de los TCA? ¿Son la causa de enfermedades como anorexia y bulimia o son un desencadenante o un acelerador? A ciencia cierta no se puede saber de qué manera afectan los medios en estas enfermedades, pero parece que estos son el principal conductor de aspiraciones estéticas poco alcanzables, se han hecho estudios de este tema y la mayoría arroja que al ver imágenes de mujeres delgadas afectaban la autoestima de las personas ya que dicen no sentirse a gusto con dichas imágenes, al saber que ellas no son como las mujeres que aparecen en la imagen o al saber que no pueden llegar a igualarla.

La manera en cómo se retratan esta gente en los anuncios tiene un gran impacto en como hijas, jóvenes y mujeres adultas se perciben así mismas y a que aspiran a ser. Si nos ponemos a pensar en esto a una mujer adulta se le logra creer que hay algo mal en ella físicamente bajando su autoestima, ahora pueden preguntarse que logra hacerle a una niña de entre 8 a 15 años.

Investigaciones afirman que mirar por 60 minutos revistas de este material pueden llegar a reducir el autoestima y confianza de las niñas hasta un 80%, una investigación realizada por Girls' Attitudes Survey de Girlguiding una encuesta realizada en Reino Unido a niñas y adolescentes arroja como resultado que el 61%

de las niñas llegaron a sentirse inseguras cuando las mujeres aparecían retratadas como “objetos sexuales”.

Tomemos de ejemplo en una encuesta realizada por un grupo británico llamado Credo llamada Pretty as Picture les “pidió a las jóvenes que compararan cuatro imágenes diferentes de la misma modelo que fueron retocadas digitalmente para cambiar su apariencia” (p 4). Los resultados obtenidos fueron que el 76% prefirió las imágenes que se veían más naturales o con menos retoques sobre la más retocada.

Se podría decir que al darse cuenta de que las imágenes están retocadas de una manera poco realista se puede empezar a “ver las intenciones” de los medios y a proteger la confianza física y mental que uno tiene al ver imágenes de modelos o celebridades.

Una investigación realizada por Ana Laura Pérez, María Gabino y Jose Ignacio Baile en su artículo “análisis de los estereotipos estéticos sobre la mujer en nueve revistas de moda y belleza mexicanas” utilizaron las 9 revistas de mayor difusión en el campo de la moda y belleza en México que fueron “Bazaar, Cosmopolitan, Elle, Glamour, Grazia, Instyle, L’Officiel, Marie Claire y Vogue” de las cuales se analizaron las portadas publicadas entre octubre de 2014 y marzo 2015.

Obtuvieron de todas las revistas 6 portadas de las que se analizaron 5, dado que L’Officiel no publicó durante el mes de enero 2015, dando un total de muestra de 53 portadas. En cada portada analizaron varios aspectos como: forma del cuerpo de la modelo, color de piel de la modelo y forma del rostro de la modelo.

Utilizando estos aspectos se establecieron categorías de valoración las cuales pueden verse en la tabla 1.

Los resultados obtenidos con respecto de una fotografía de mujer en la portada un 100% la incluía. En relación con la fotografía de una mujer el 65% optó por fotografías de la mitad hacia arriba, y el 28% de las rodillas hacia arriba y 7% plano completo.

En relación con los contenidos de los mensajes encabezados que se incluyen en las revistas se observa una mayoría de mensajes sobre moda 85%, belleza un 71% y salud en 7%. La estimación del cuerpo fue de 18% rectangular, 18% reloj de arena, 13% triángulo invertido, 9% triángulo, ninguno ovalado.

El 58% de las fotografías la modelo era de piel blanca, 23% blanca media, 15% morena, 4% rosada pálido y ninguna en la categoría de morena-oscura o negra.

Sobre la estimación del modelo corporal se apreció que en el 59% de los casos eran delgadez, 39% mujeres delgadas y un 2% mujeres curvilíneas, no se incluyó a mujeres con sobrepeso.

Cabe resaltar que para esta última se le considero mujer flaca aquella que se le observaran marcas de huesos y que se estimaba pudiera estar en un Índice de Masa Corporal (IMC) de 17 o inferior; delgada para mujer en bajo peso pero que no se le marcaran los huesos y que se le estimaba un IMC entre 17 y 20; peso normal para la mujer que tuviera algún volumen muscular claro con un IMC entre 20 y 25 .

En las revistas femeninas, la moda y el cuidado del cuerpo ocupan los mayores espacios, qué sin duda cabe que las revistas están en el punto de mira por su

Tabla 1. Ejes y categorías de valoración empleados en el análisis de las portadas

Ejes	Categoría
Presencia de fotografía femenina	Si
	No
Tipo fotografía	Full shot
	Plano americano
	Medium shot
Contenido de los encabezados	Belleza
	Moda
	Salud
	Sexualidad
	Otros
Estimación estado corporal	Flaca
	Delgada
	Normal con curvas
	Sobrepeso
Estimación de la forma de cuerpo	Triangular
	Rectangular / Tabla
	Ovalado
	Triangular invertido
	Reloj de arena
Estimación del color piel	Rosada / Pálida
	Clara
	Clara - Morena
	Morena clara
	Morena oscuro
	Negra

Fuente: Elaboración propia.

responsabilidad en la difusión de determinados patrones estéticos y algunos valores relacionados al cuerpo y el uso de la delgadez como algo bueno. Aunque las revistas no inventan esos valores propagan unos ideales que ya existen y es que hoy en día, delgada y éxito son palabras sinónimas, la delgadez se asocia con la elegancia a prestigio a ropa y figura elegantes que todo le sienta y luce bien donde quien no esté delgada no puede llevar ropa de prestigio y no porque no pueda costearla si no porque ahora las tallas de ropa son cada vez más y más reducidas.

Como se sabe en la adolescencia los patrones estéticos es mayor, se viven las emociones y los objetivos de manera más emocionante y apasionada, para las chicas más jóvenes consumir medios de comunicación es relativamente fácil y coherente incluso admiran y adoran a las modelos que cuentan con proporciones que son peligrosas para la salud donde a veces se aprecian modelos con un IMC de 16 que correspondería a alguien con anorexia.

Sociocultural el "anhelo de delgadez" afecta especialmente a las mujeres (aunque también en los hombres solo que no en mayor magnitud) y particularmente a las adolescentes. Este deseo constante e incluso permanente de ser delgada esto se

le conoce como trastorno dismorfofóbico que es el desvelo por la propia imagen corporal donde la preocupación y la autosatisfacción es lo que más importa.

El anhelo de delgadez no conoce fronteras geográficas, económicas o de clase ya que la globalización y la homogeneización de la información a través de los medios de comunicación provoca trastornos mentales como anorexia, bulimia y entre otros.

De hecho, durante mucho tiempo se creía que la anorexia solo se podía ver en gente rica pero su manifestación ahora está estrechamente ligada al desarrollo de los medios de comunicación de masas.

Ya hemos hecho referencia a las revistas dirigidas a un público femenino adolescente, en el proceso de la adolescencia pasa a una fase donde busca su verdadero o su identidad donde se va descubriendo poco a poco, en esta etapa la importancia que se le da a la apariencia física es vital donde muchas de las preocupaciones sobre el aspecto personal están profundamente ligadas a lo que otros pueden llegar a pensar.

Un psiquiatra llamado Josep Toro (2015) explica “que se ha incrementado la insatisfacción por la apariencia física hasta el punto de que el 95% de las mujeres sobreestiman” (p.18).

Es bien sabido que entre las adolescentes reconocen que entre ellas hay conversaciones sobre el peso o el aspecto físico, donde la mayoría afirma estar con envidia a las chicas capaces de seguir una dieta o régimen de adelgazamiento, donde también se vincula la fuerza de voluntad por quien consigue adelgazar, esto forma parte de la anorexia nerviosa donde se juzga a sí mismo.

Las revistas de esta etapa suelen traer de contenido consejos de belleza, cómo relacionarse con los varones, cómo derrotar a una competidora en la conquista de un chico o en cómo romper con la maldición de no tener pareja, dietas entre otras hacen creer que para ser aceptada socialmente tienes que lograr cierta apariencia para gustar.

Las revistas plantean a las chicas que deben hacer para ser mujeres o convertirse en mujeres, es evidente que la belleza constituye como un pilar sobre los que se asientan los contenidos de revistas. No hay más que ojear las páginas de cualquier revista para encontrarse con fotos de modelos con un modelo específico, aspecto joven y delgado.

Algo que no se puede dejar de lado es que, si las publicaciones de revista afectan a mujeres y adolescentes de toda etnia, como afectara a las adolescentes y niñas que son de color al ver que en la mayoría de las publicaciones las modelos son de tez blanca que en muy pocas portadas salen mujeres de color o incluso en publicaciones de ciertas marcas no usan modelos de color en sus anuncios.

El portal web Business of Fashions en 2015 reunió datos de 117 espectáculos en Nueva York, Londres, Milán y París sobre cuál era el porcentaje de diversidad de 3,875 modelos contratadas 797 eran de color, es decir, el 79.4% eran de origen caucásico, las modelos negras contaban con 10.2% seguidas por las asiáticas con 6.5%, el 2.3% por chicas del medio oriente o de la India y el 1.6% de modelos hispanoamericanas.

En el 2007 en la semana de la moda en Nueva York se presentaba la última colección para la temporada primavera-verano donde se pudo notar la casi

inexistente participación de modelos de etnia negra y asiática. Esto sucedió después de que la modelo Naomi Campbell acusara a las revistas de moda al destacar en sus revistas un prototipo de mujer rubia y piel blanca.

No obstante, los tiempos van cambiando y parece que poco a poco la tendencia se va invirtiendo, según un estudio de The Fashions Spot la temporada primavera-verano de 2018 es la que con un 34% presenta una mayor presentación de diversidad cultural en pasarela. Igualmente es el caso de las modelos llamadas big size o curvies, que son mujeres por arriba de la talla o americana, también tuvieron una etapa de crecimiento.

Parece ser que el mundo de la moda en las publicaciones de revista esta llegando a acercarse cada vez más a la realidad y diversidad cultural que se puede llegar a ver en la calle y en la sociedad, quizás sea por las nuevas maneras de pensar de la gente en la que se asume que no se necesita ser delgada para ser considerado como alguien atractivo o mejor que alguien.

Conclusiones

En base el artículo realizado puedo concluir que estar delgado o delgada se está convirtiendo en una obsesión en nuestro mundo donde se incluyen dietas, productos adelgazantes, promesas de una vida mejor. Como diario estamos conectados en redes sociales o medios de comunicación tenemos fácil acceso a ver publicaciones de modelos o celebridades con cuerpos perfectos que podemos llegar a creer que estamos gordos o estar deformes.

Muchas mujeres creemos todo lo que leemos en las revistas y su impacto tiene mucha repercusión para una mayoría que las consideran como un libro sagrado aspiracional en la vida. Se puede decir de manera paradójica que, en las revistas, periódicos, noticias etc., siempre tendrá en primera plana los resultados de fútbol mientras que los problemas de la mujer están olvidados en las páginas interiores.

Debemos de esforzarnos como mujeres en aceptarnos como somos, en cuidar y querer nuestro cuerpo tal y como es, evitar dañarlo con dietas imposibles, con ayunos por días, evitar caer en los trastornos de conducta alimenticia, evitarnos y excluir la idea de que debemos parecernos a las modelos que salen en las publicaciones de revistas y analizar y lograr captar que la mayoría de las veces esas fotografías están alteradas con programas de Photoshop y si es que no estás feliz con alguna parte, entonces optar por decisiones saludables como el ejercicio pero moderado y de acuerdo a tu condición física y una alimentación adecuada que te hagan estar en tu peso adecuado yendo con profesionales que te ayudaran a llegar a la meta que deseas con bien.

Vida solo hay una ¿por qué no disfrutarla y aceptar nuestro cuerpo tal cuál es y sentirnos orgullosas de él? No debemos sufrir por tratar de ser talla doble cero o llegar a igualar las vidas de las modelos, ya que ellas tampoco simbolizan el concepto de la belleza. Es mejor aceptarse como uno es, ya que cada una tiene una belleza que la hace diferente sin importar el tipo de cuerpo que tengas.

Referencias

- Lameiras, Calado & Rodriguez. (2005). *Transtornos de la conducta alimentaria y la exposición a los medios de comunicación en chicas adolescentes Madrid: Instituto de la Mujer*.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (25 de Noviembre de 2018). *Funciones del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes*. Obtenido de Funciones del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes: <http://www.consejodelacultura.cl/portal/index.php?page=seccion&seccion=865>
- Baile, Osorio, & Toro. (2004). *Imagen corporal, perspectiva psicológica*
- Gobierno de Zapopan. (2018). Políticas culturales para el desarrollo de comunidad en áreas metropolitanas. *Zapopan*, 44.
- ILAM. (2018 de octubre de 2018). *Fundación ILAM*. Obtenido de Fundación ILAM: <http://www.ilam.org/index.php/es/patrimonio-cultural>
- Kast, F. (2011). Cultura y desarrollo. En D. Throsby, D. Gallagher, F. Kast, R. Lagos, F. Flores, B. Huidobro, . . . L. Núñez, *Cultura oportunidad de desarrollo*. (pág. 184). Santiago, Chile: Publicaciones Cultura.
- Martinell, A. (2018). Aportaciones de la cultura al desarrollo y a la lucha contra la pobreza. En A. Martinell, *Cultura y desarrollo. Un compromiso para la libertad y el bienestar* (pág. 18). España: Siglo XXI.
- Massimo, R. (2011). *Elogio del Fracaso*. Gardolo Erikson. 2011. 26-29
- Pérez, A. L., Gabino, M. & Baile, J. (2007). *Análisis de los estereotipos estéticos sobre la mujer en nueve revistas de moda y belleza mexicanas*. p.7
- Querol, Á. (2010). *El patrimonio cultural y su gestión*. Madrid, España: Akal.
- Rausell, P. (2007). *Cultura en la comunidad Valenciana. La comunidad Valenciana en el siglo XXI. Estrategias de Desarrollo Económico*. Valencia: Publicaciones de la Universitat de València.
- Rausell, P. (2013). Comprender la economía de la cultura como vía para salir de la crisis. *El profesional de la información*, 22.

TERCERA PARTE

**Gestión financiera,
competitividad y
productividad**

¿De qué manera influye el cambio climático en la economía mexicana?

Carla Yasmín Estrada Anaya

Resumen:

La situación del cambio climático es algo alarmante para la humanidad, es un bien que debe preservarse, debido a que es el eje y base principal de la vida. Los cambios de clima tan inesperados, entre ellos los excesos de lluvias, sequías e incendios que han impactado en nuestro país en los últimos años, empujan a reflexionar sobre el papel que juega la economía y la cultura mexicana ante el cambio climático. Es por ello, que de no realizar acciones de mitigación y adaptación los daños e impactos pueden ser crecientes, con efectos no solo económicos, sino también sociales y ambientales. Los ciudadanos deberán tomar medidas cautelosas para solventar los daños y con ello los gobiernos se vean obligados en apoyar ante esta causa.

El propósito del presente trabajo es analizar el problema que genera el cambio climático ante la economía, sociedad y las políticas gubernamentales que apoyan ya sea positiva o negativamente para solventar dichos daños, para ello se realiza un estudio descriptivo y exploratorio mismos que nos permitirán indagar en el tema.

Palabras claves: Cambio Climático, Economía, Sociedad.

Introducción

El cambio climático es una variación en el clima que perdura por periodos de tiempo inesperado ocasionado por diversas causas, ya sean humanas, volcánicas, emisiones industriales, o de algunas otras acciones que repercuten en consecuencia del efecto invernadero y el calentamiento global, es uno de los problemas ambientales más alarmantes a los que se enfrenta la humanidad.

En este sentido el cambio climático tiene una estrecha relación con la economía, debido a que varios de sus orígenes surgen a raíz de los procesos económicos y sociales, mismos que determinan las principales fuentes de emisiones contaminantes, tales como la quema de combustibles fósiles, cambios de uso de suelo, deforestación, desechos sólidos y abuso inmoderado de los recursos naturales.

Pero... ¿de qué manera es afectada la economía mexicana? Si no actuamos de forma inmediata el cambio climático tendrá graves impactos en el crecimiento y desarrollo económico, de acuerdo con Stren “se puede llegar a perder hasta el 20% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial anual” (Como se citó en Gass, 2006, p.124). Dicho lo anterior y acorde a palabras de Stren se percata que “se necesita una inversión equivalente al 1% del PIB mundial para mitigar los efectos del cambio

climático, de lo contrario el mercado mundial sufriría una recesión que podría alcanzar el 20% del PIB global” (Como se citó en Parra, 2020, p.3).

Sin duda, se debe estar convencido de que las consecuencias de nuestros actos no se verán reflejadas en el instante en que se realizan, por lo tanto, no se sabe con certeza en lo que impactara en los años futuros. Por medio de las políticas públicas, se debe ser capaz de lograr la educación y adaptación necesaria para combatir acciones y así poder lograr la mitigación del cambio climático.

Principales causas del cambio climático

El análisis del cambio climático es un problema global que conlleva a un proceso complejo a largo plazo, el clima determina el estilo de vida: la forma de alimentación, la situación económica de las personas, los ecosistemas, así como la estabilidad o inestabilidad de las poblaciones. La temperatura tiende a aumentar o disminuir provocando alteraciones en la superficie terrestre, los rayos del sol suben de intensidad y las capas de nieve se derriten, ocasionando que los excesos de calor ataquen contra las sociedades y ecosistemas naturales. De tal manera que las empresas se ven afectadas debido a que con el calor disminuye el rendimiento de los trabajadores.

Otro de los problemas actuales es que con la escasez de lluvias los suelos pierden la humedad por lo tanto son más propensos a sufrir incendios. La escasez de agua, la sequedad de las plantas y árboles les convierten en combustibles perfectos ante el fuego. Es muy probable que con el cambio climático las lluvias disminuyan, las sequías sean continuas y con ello los incendios sean más frecuentes, peligrosos y extensos.

El gerente de manejo del fuego de la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR) dio a conocer que en lo que va del 2019, según informes de Cruz “en México se han registrado 5 mil 622 incendios forestales que afectaron una superficie total de 288 mil 641 hectáreas” (Como se citó en NOTIMEX, 2019, p.2).

Ocasionando grandes pérdidas naturales, económicas y a su vez sociales, mismas que han afectado a la población en todos los aspectos. Hoy en la actualidad en México gracias a la contaminación y al exceso de calor la concentración de carbono en el mar podría causar acidez, mismo que afectaría la producción pesquera del país y de esa misma forma los residuos de basura en las playas han ido ocasionando que la demanda de turistas disminuya.

“En los océanos, este cambio ha sido de aproximadamente tan solo 0,1 °C. Este calentamiento se ha producido desde la superficie hasta una profundidad de alrededor de 700 metros, donde habita la mayoría de la fauna y flora marinas” (National Geographic, 2010, p.2). Considerando que en un futuro la temperatura podría llegar a aumentar a niveles elevados, la gran mayoría de la zona hotelera de Cancún u algunas otras playas turísticas serían evadidas por las consecuencias de cambio climático.

Como se puede observar las playas mexicanas están propensas a sufrir los daños ocasionados por los aumentos de temperaturas, sin embargo, la mayoría de las

personas no están lo suficientemente alarmadas, esto a causa del desconocimiento que existe en cuanto a la relación del calentamiento global con el estilo de vida de las personas.

En los últimos años los gobiernos se han comenzado a preocupar ante las consecuencias del cambio climático, dadas las circunstancias se verán obligados a aumentar los impuestos de las organizaciones de mayor nivel o ingreso económico siendo ellas las productoras de CO₂ en mayores cantidades. Según el World Resources Institute, en 2016, del total de las emisiones de CO₂ en el mundo, la energía generó un 27%; la industria, un 26%; los hogares, un 19%; la agricultura, un 12%; los transportes, un 11%, y los servicios, un 5%. (Dehesa, 2017, p.12)

Los daños causados por las lluvias y tormentas a las propiedades, infraestructuras y en el área de la salud suponen gastos muy elevados para la sociedad y la economía. Si no se adoptan medidas urgentes, en un futuro el cambio climático podría sumir en la pobreza a millones de personas. Los sectores más afectados ante estos casos de cambio climático serían, la agricultura, silvicultura, energía y el turismo.

Precios producción e impacto en la agricultura y silvicultura

El aumento de las temperaturas y cambios en los regímenes pluviales de clima tienen un gran impacto en cuanto al rendimiento de los agricultores, la producción de cultivos tiende a disminuir trayendo consigo el daño de estos por cambios de temperatura o por efectos de maduración. Los costos y gastos de producción aumentan por lo que se ven obligados a incrementar los precios tanto en los productos como en el cultivo por sí solo. Considerando que los cultivos básicos que más se utilizan son el arroz, maíz, trigo y soja, el cambio climático da como resultado aumentos adicionales de sus precios que varían de:

(...) 32 a 37 por ciento para el arroz, 52 a 55 por ciento para el maíz, 94 a 111 por ciento para el trigo y 11 a 14 por ciento para la soja. Si el efecto fertilización por CO₂ de los campos agrícolas fuera efectivo, estos precios serían 10 por ciento menores en 2050. (Nelson, et al., 2009, p.6)

Como se puede observar el incremento en los precios es a causa de las emisiones de CO₂, motivos por los cuales se debe tener consideración en los fertilizantes que se utilizan esto para evitar el daño de los suelos. De acuerdo con el Modelo IMPACT el ganado no se ve afectado directamente por el cambio climático, pero sí de manera indirecta con el aumento de los costos y gastos de forraje, por tal motivo las organizaciones ganaderas optan por subir el precio de la carne. (Nelson, et al., 2009)

Dicho lo anterior se percata que, así como la agricultura y silvicultura son afectadas por el cambio climático también son contribuyentes en dicho suceso, esto implicaría mecanismos de financiamiento e inversiones de capacitación u orientación para campesinos y silvicultores, es por ello por lo que las emisiones de

gases de efecto invernadero de la silvicultura y agricultura contribuyen actualmente cerca del:

(...) 30 por ciento del total anual de emisiones (deforestación y degradación de los bosques 17.4 por ciento, agricultura 13.5 por ciento). La agricultura es responsable del 50 por ciento de las emisiones de metano (ganadería y cultivo del arroz) y más del 75 por ciento del óxido nitroso. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2008, p.4)

En su gran mayoría estos porcentajes son a causa de la aplicación de fertilizantes emitidos anualmente por la actividad humana para acelerar el proceso de los cultivos u obtenerlos en mayores cantidades. Con la propagación del cambio climático las grandes urbes se ven afectadas al sufrir el desabasto de materia prima, siendo las comunidades rurales la fuente principal de las industrias.

Las asociaciones silvícolas deberán implementar medidas de prevención para su área, una planeación considerando nuevas formas de gestionar tomando en cuenta formas de adaptación y concientización para acciones futuras procurando siempre el cuidado para las áreas forestales. Una adopción que relacione el cuidado de la flora y fauna de los bosques brindando una mayor flexibilidad en cuanto adaptación y capacidad.

Además, los silvicultores deben tomar medidas pertinentes sin dejar de lado sus actividades y así, seguir brindando los productos y servicios deseados, tales como la madera comercial, especies de caza, plantas, animales nativos, composición y mejora de la estructura de los bosques.

Otro de los problemas son los ataques de insectos o plagas que podrían ocasionar graves enfermedades provocando la muerte de personas, animales y plantas. De acuerdo con la información el momento y lugar en el que se empleen las estrategias de adaptación de silvicultura dependerán directamente de los objetivos establecidos para llevar a cabo la acción, considerando los riesgos percibidos dando lugar a la confianza que se deberá gestionar, misma que será efectiva para los distintos criterios ecológicos, económicos y sociales.

Impacto en las energías renovables y turismo

Hoy en la actualidad la gran mayoría de las energías que se utilizan provienen de sustancias (hidrocarburos) que no son renovables y emiten grandes cantidades de CO₂. A diferencia de ellas las energías renovables son sustancias limpias e inagotables tales como: eólica, solar, hidráulica, biomasa, geotérmica y mareomotriz.

México tiene un gran potencial para realizar actividades de esta magnitud, debido a que posee "altos niveles de insolación, recursos hídricos, vapor, agua para el desarrollo de campos geotérmicos, zonas con intensos vientos, grandes volúmenes de esquilmos agrícolas e importantes cantidades de desperdicios orgánicos en

las ciudades y el campo” (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales [SEMARNAT], 2018, p.1). Sin embargo, México no es de los principales países que destine parte de su capital para la fabricación de energías renovables.

Según Leal, México ocupa el sitio 14 dentro de los 15 países con más inversión en energías renovables, de acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y acorde a el informe de Tendencias globales en la inversión en energías renovables, de 2010 al primer semestre de 2019, México ha destinado 23,000 millones de dólares para nueva capacidad de energía renovable. (Como se citó en Monroy, 2019, p.2-3)

Si México optara por invertir una parte de su economía en la fabricación de diversos recursos naturales, el número de empleos aumentaría y con ello los ingresos de la población a lo igual que la economía del país estarían dando frutos. De otra forma las emisiones de CO₂ serían mucho más bajas y disminuiría el nivel de contaminación beneficiando tanto a los ecosistemas como a la población en general.

El turismo es uno de los factores que más ingresos genera a la economía mexicana, pero al mismo tiempo es el que más lo daña con la generación de contaminantes provocando la alteración de las temperaturas y el desarrollo de algunos fenómenos naturales los cuales podrían afectar la seguridad del turista.

“Los principales factores de emisión de CO₂ (dióxido de carbono) se producen en taxis utilizados por los turistas, con el aire acondicionado de los hoteles, las actividades acuáticas motorizadas, el transporte aéreo, entre otras” (Entorno Turístico, 2020, p.4).

Los principales lugares que serían afectados son: las pequeñas islas, lugares montañosos, zonas costeras, así como los lugares más emblemáticos para los visitantes, por lo cual dejarían de asistir provocando que la entrada de ingresos a la zona disminuya, muchos negocios se verían obligados a cerrar dejando sin empleo a gran cantidad de personas mismas que quedarían a la deriva sin tener una fuente de ingresos de la cual poder depender.

La elevación en el nivel del mar dañaría las zonas litorales, provocaría erosión costera, pérdida de playas y obligaría a los gobiernos a gastar gran cantidad de dinero para hacer frente a estos fenómenos. Temperaturas extremas, el cambio en la velocidad de los vientos, la mala calidad del aire, la radiación solar y la humedad, harían de los destinos, lugares incómodos de visitar, los turistas se alejarían y buscarían nuevas opciones. (Entorno Turístico, 2020, p.9-10).

Para contrarrestar la vulnerabilidad de los problemas se recurrirá a la construcción de infraestructuras y vías de comunicación de seguridad para las zonas turísticas que están en peligro, esto ocasionara perdidas en la economía mayormente de las zonas que dependen de este sector, mismas que se verán reflejadas en un largo plazo.

Políticas, Gobierno y Postura mexicana ante el cambio climático

Ante la alarmante situación de cambio climático los gobiernos mexicanos se mantienen al tanto de los sucesos que pasan día a día en el país, para así tomar medidas de mitigación, tratar de que los daños sean inferiores y de que la temperatura se mantenga por debajo de los 2 °C. Uno de los avances que se tiene en México es el Sistema Nacional de Cambio Climático (SINACC), el cual se encarga de coordinar la política nacional de cambio climático, se realizaron algunas adecuaciones a la ley General de cambio climático con la intención de resaltar y darle suma importancia en las acciones de adaptabilidad altas de riesgo.

Dentro de las acciones en México de adaptación ante el cambio climático, se presentaron instrumentos económicos para enfrentarlo, como el financiamiento de proyectos sustentables, de energía eléctrica, bonos verdes, Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (Carbono), Certificados de Energía Limpia (CEL), subastas de energía eléctrica y mercado de carbono. (Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático [INECC], 2018, p.4)

Tal parece que la mejor solución es la adaptación, debido a que todas las organizaciones están optando por dicha medida a través de diferentes métodos, pero siendo una de sus principales tácticas disminuir la vulnerabilidad de los ecosistemas.

Existen algunas medidas que deben ser incluidas en las estrategias que forman parte de las políticas de adaptación las cuales deben de estar orientadas a: a) la construcción y mejora de infraestructuras para evitar inundaciones, b) promover el desarrollo de tecnologías limpias (algunos tipos de ahorradores en el consumo de energías), c) cambiar el comportamiento de la sociedad, d) desarrollar y mejorar los instrumentos económicos. (Rodríguez, 2015). Estas medidas son de suma importancia para contrarrestar los daños ya provocados por el cambio climático, daños que afectan en gran medida a los países en desarrollo, dado que su estabilidad económica depende de efectos relacionados con factores como el sol y los cambios de temperatura.

México se unió a la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC) en 1992, comprometiéndose a trabajar, junto con otros países, para estabilizar los Gases de Efecto Invernadero GEI. Sin embargo, durante la década de los 90 del siglo pasado, la Mitigación y Adaptación (M&A) no fueron prioridad de la agenda de gobierno. (Rodríguez, 2015, p.5).

Como nos podemos dar cuenta muchas veces el gobierno hace caso omiso a situaciones tan importantes, como lo fue en esta ocasión que durante una década el gobierno mexicano dejó de interesarse por los Gases de Efecto Invernadero (GEI), para continuar con su prometido a principios del siglo XXI estableciendo como uno de sus objetivos principales reducir la contaminación del planeta.

Para cumplirlo, el país mexicano decidió unirse a un plan llamado el Plan Nacional de Desarrollo (PND), en el que se lograron establecer las medidas,

objetivos, estrategias y prioridades que las diferentes secretarías de transporte, salud, energía y medio ambiente deberían cumplir para aumentar las acciones de mitigación y con ello dar prioridad a las medidas de adaptación.

Para apoyar con las estrategias de mitigación en “2005 se creó la Comisión Intersecretarial de Cambio Climático (CICC), la cual se encarga de formular estrategias transversales para enfrentar las variaciones climáticas” (Rodríguez, 2015, p.14). Algunas otras organizaciones que se han integrado para apoyar en la situación del cambio climático son algunas secretarías como: la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), Secretaría de Salud (SSA), Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), Secretaría de Energía (SENER), a lo igual que Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT).

Conclusión

Para dar por terminado, es necesario que se promueva una cultura de concientización para la sociedad incluyendo a todas las edades, formulando un interés de cuidado para los recursos naturales, pero sobre todo amor propio para su vida y su planeta. El desarrollo de fomentar la cultura es parte fundamental de las acciones de mitigación, hoy en la actualidad uno de los principales problemas se presenta en las personas al no tener la conciencia de los daños que repercuten en el país a raíz de sus propias acciones.

Es los últimos años se han presentado más casos negativos que positivos de los resultados del cambio climático, tanto en la agricultura, como en la silvicultura, al igual que en el turismo los daños son extremadamente tangibles, debido a que la mayor parte de actividades realizadas por los seres humanos depende de dos factores muy importantes que son el clima y la temperatura, si dichos factores son inestables todas las actividades lo serán esto provocara una inestabilidad económica, misma que afectara a todo el país.

Como ya se mencionó anteriormente el país mexicano no está preparado para sufrir daños extremos de crisis, hambrunas, o enfermedades mortales. Tal pareciera que ya es demasiado tarde pero no es así aún es tiempo de comenzar a realizar acciones de adaptación por más mínima que parezca, cualquier actividad traerá consigo grandes consecuencias benéficas para el planeta y lo más importante es que se irán notando en un corto plazo.

Si las sociedades ponen en práctica cualquier actividad o se ponen en consideración con alguna parte de todo lo mencionado en el artículo, dará pie para que los gobiernos apoyen aún más ante esta situación, con nuevos programas, leyes o sanciones que obliguen a los ciudadanos a cumplir con dichas acciones, para así lograr obtener resultados que beneficien y contrarresten el cambio climático y con ello mejorar la economía del país mexicano.

Referencias

- DEHESA, G. D. (30 de Septiembre de 2017). El problema del cambio climático. *EL PAÍS*, pág. 12.
- Diccionario del Cambio Climático. (20 de Mayo de 2020). *Atmósfera*. Obtenido de Diccionario del Cambio Climático: https://www.google.com/search?q=cambio+climatico&rlz=1C1CHBF_esMX847MX847&hl=es-419&sxsrf=ALeKk01Eul6Lhw4UKqzd137jCo_PqH_tiA:1590028945803&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKewjj4fyz98PpAhUBcaoKHXXNAo4Q_AUoAXoECBEQAw&biw=1366&bih=657#imgsrc=nh1RTVra4mh24M
- Entorno Turístico. (19 de Mayo de 2020). *Efectos del cambio climático en el turismo*. Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/efectos-del-cambio-climatico-turismo/>
- Gass, A. C. (2006). *El informe Stern sobre la Economía del Cambio Climático*. Madrid, España: 1.
- Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático [INECC]. (19 de Septiembre de 2018). *Acciones de México ante el cambio climático*. Obtenido de GOBIERNO DE MEXICO: <https://www.gob.mx/inecc/prensa/acciones-de-mexico-ante-el-cambio-climatico>
- Monroy, J. (02 de Octubre de 2019). México, lugar 14 de países con más inversión en energía renovable. *El Economista*, págs. 2-3.
- NATIONAL GEOGRAPHIC. (05 de Septiembre de 2010). *El aumento de la temperatura del mar*. Obtenido de NATIONAL GEOGRAPHIC: <https://www.nationalgeographic.es/medio-ambiente/el-aumento-de-la-temperatura-del-mar>
- Nelson, G. C., Rosegrant, M., Koo, J., Robertson, R., Sulser, T., Zhu, T., . . . Lee, D. (2009). *Cambio Climático: El impacto en la agricultura y los costos de adaptación*. Washington, D.C.: 2.
- NOTIMEX. (2019). México suma más de 5 mil incendios forestales en lo que va del 2019. *NOTIMEX*, 2.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. (04 de Diciembre de 2008). *Las granjas y los bosques contra el cambio climático*. Obtenido de FAO: <http://www.fao.org/news/story/es/item/8812/icode/>
- Parra, C. (2020). El impacto del cambio climático en la economía. *THE ECONOMY JOURNAL.COM*, 3.
- Rodríguez, F. S. (2015). *Política del cambio climático en México: avances, obstáculos y retos*. México: 6.
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales [SEMARNAT]. (24 de Septiembre de 2018). *Energías renovables, gran oportunidad para México*. Obtenido de SEMARNAT: <https://www.gob.mx/semarnat/articulos/energias-renovables-gran-oportunidad-para-mexico-172759>

Cómo impacta la migración en la economía y empleo en México

Dania Stefany Franco Duran

Resumen

El propósito del estudio es el análisis de la economía y el empleo en el país de México tras la problemática de la migración.

Para responder la pregunta se hará una metodología exploratoria y descriptiva que nos da como resultado que la situación que está pasando México es desde hace ya varios años con el creciente trabajo informal y bajos salarios en los trabajos formales dejando a los migrantes con posibilidades de trabajo informal y de servicio doméstico.

Palabras clave. Economía en México; empleo en México; migración.

Introducción

México atraviesa una situación de retorno de migrantes muy grande desde hace varios años, a esto sumado que existen estudios que hablan sobre

La precariedad laboral y su efecto diferencial en los grupos ocupacionales. Se puede plantear la hipótesis de que la precariedad laboral es un fenómeno presente en el mercado de trabajo del Estado de México y repercute en las relaciones, las prestaciones y los derechos laborales. De hecho, la entidad mexiquense constituye el mercado de trabajo más grande de la República Mexicana, debido a la gran cantidad de población económicamente activa. (Gaxiola Robles Linares, Lozano Keymolen, Montoya Arce & Román Sánchez, 2019)

Luego de estudios realizados desde el año 2015

Se ha detectado que cuando los migrantes enfrentan situaciones difíciles desarrolla formas de adquirir conocimientos, actitudes y otras cosas que les permiten vivir y trabajar, tengan o no documentos, “la emigración y la migración de retorno ocurren en paralelo, pero en forma sutil, aunque se intensifica cuando hay coyunturas políticas y económicas internas y externas” (Salas Alfaro, Jardón Hernández & Murguía Salas, 2019).

Tomando todo esto en cuenta es importante saber cómo es que México enfrenta esta migración y cuáles son los cambios positivos o negativos que le trae a la economía actual que presenta el país y como es que las personas afectadas consideran volver

a su país de origen o seguir luchando por el tan anhelado “Sueño Americano” que buscaban para mejorar su situación económica y de vida.

Además, como es que los mexicanos consideran todos estos cambios que están viviendo en el país con toda la mezcla de culturas y las actitudes de los migrantes que están siendo deportados, así como los que cruzan México para lograr llegar a la frontera y así poder llegar a su destino final que es Estados Unidos.

El empleo en México

El empleo en México genera una gran controversia ya que existen diferentes factores por los cuales la actual sociedad enfrenta una desigualdad salarial dado que:

El empleo recibe la mayor repercusión en una crisis económica, debido a que se frena el crecimiento de la economía, ocurre un ajuste macroeconómico estricto, la tasa de oferta laboral es más elevada y no hay generación de empleos formales. Estos factores, además de perjudicar el mercado de trabajo, también propiciaron un aumento acelerado del sector informal. (Rodríguez, Castro & Mendoza, 2019)

En el año 2019 se detectaron varios problemas en el empleo formal, “las regiones urbanas del país presentaron un mayor nivel de desempleo que la media nacional. Al menos el 4.2% de habitantes económicamente activos se encuentran en búsqueda de trabajo sin conseguirlo” (García, 2019, p.). Además de la decaída en el empleo formal, baja generación de empleo, retroceso de nivel de hace 10 años.

Existen casos de mexicanos que cuentan con empleos en los cuales no se les proporcionan las prestaciones de ley correspondientes, los riesgos laborales que presentan llegan a ser altos, no se les pagó lo correspondiente a las horas laboradas o también suele presentarse el caso de que no se les paga ni el salario mínimo.

Algunos de los factores que están causando estas situaciones en México es que las empresas a lo largo de los años han tratado de minimizar los costos provocando que los trabajos realizados sean mal pagados ya que “afuera siempre hay alguien que quiere tu empleo” esto provoca que los trabajadores tengan inseguridad e inestabilidad laboral ya que las empresas recurren a una gran rotación de personal, además buscan la forma de contratación de personal por medio de otras empresas y no hacerse responsables de la seguridad social y derechos laborales.

En 2005, 50% de la población asalariada mexiquense contaba con acceso a alguna institución de salud por parte de su trabajo. En 2015 se mantuvo este porcentaje, lo que implica que en 10 años los avances fueron nulos en la cobertura de salud. Los hombres contaban con mayor acceso a la seguridad social que las mujeres, esto sugiere que las condiciones laborales de ellas son más adversas. (Gaxiola Robles, et al., 2019, p.12).

Desigualdad salarial en los empleos formales e informales

En México se ha demostrado mediante estadísticas que de la población que tiene un empleo más del 50 % es informal, pese a esto se considera que México es un país estable en el panorama laboral.

Ante la incapacidad del sistema productivo para generar empleos, la informalidad surge como un salvavidas para la economía al integrar a personas desempleadas, o que no logran incorporarse al ámbito formal, sin embargo, una mayor integración en este segmento provocó que la brecha salarial aumentara. (Rodríguez Pérez, et al, 2019)

El primer semestre del año 2019 se presentó una gran pérdida del empleo formal en México y menos generación de empleos.

Sumado que en la actualidad existen casos en que la mayoría de los trabajos mantienen una desigualdad en sus salarios por género y racismo, por ejemplo las mujeres en ocasiones tienen que trabajar más horas para lograr tener un salario similar al de un hombre.

Es necesario eliminar las normas que propician la discriminación, el racismo y la desigualdad contra indígenas, jóvenes en general y mujeres jóvenes, principalmente, porque son quienes representan a los sectores más afectados de la población mexicana, acentuó en rueda de prensa (Staff, Forbes, 2019).

El coordinador de Acción Ciudadana Frente a la Pobreza Rogelio Gómez Hermsillo sostiene que:

Esta diferencia salarial viola la norma de a trabajo igual salario igual, del derecho al trabajo digno y es una de las principales formas de discriminación contra las mujeres que se producen en el mundo laboral (Staff, Forbes, 2019).

Problemas en los empleos en México

En México como en otras partes del mundo existe una desigualdad en los empleos por diversas causas entre ellas podemos encontrar desde hace décadas Racismo, Discriminación por género, Discriminación racial, La gran Revolución Industrial y en las décadas más actuales Empleos a menores de edad en el área informal, Baja generación de empleo formal, Experiencia laboral.

Parece difícil de creer, pero en la actualidad del siglo XXI sigue existiendo todos estos tipos de problemas y por la necesidad que hay en el país dado que en una gran parte de la sociedad un solo sueldo no cubre los gastos de un hogar, adolescentes y madres se ven en la necesidad de trabajar y en muchos casos salir de su país para buscar en otro algo mejor que ofrecer a sus familias. Estas causas podrían ser parte de la generación un crecimiento en el trabajo informal a pesar de esto en el año 2019

(...) La economía continúa generando empleos formales, pero cada mes que transcurre esto sucede a una menor velocidad. En mayo pasado, el número de nuevas plazas laborales dadas de alta en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) se hundió 88.2% a 3,983 puestos de trabajo, lo que hace a éste el peor mayo desde el 2015, cuando se perdieron 7,455 empleos. (Martínez, 2019, p. 4).

Los egresados de licenciatura se enfrentan a múltiples obstáculos para encontrar un empleo entre ellos:

Tener una carrera a nivel licenciatura hoy en día ya no es garantía de encontrar un trabajo estable, con las prestaciones correspondientes y que además esté vinculado con la carrera de los egresados, “La realidad en México es muy clara, la tasa de desempleo es más altas para los egresados universitarios que para los jóvenes que cuentan sólo con nivel de bachillerato” (Hernández, 2015, p.3).

Los estándares de pago que imaginan o tienen en mente los egresados no les ayuda mucho ya que si no tienen experiencia a las organizaciones se les presenta como un gasto innecesario porque “el no tener experiencia” para ellas significa que no tienen la capacidad de resolver los problemas que se lleguen a presentar, no se conoce el ramo en sentido práctico ya que lo teórico no siempre basta, teniendo en cuenta también que a los recién egresados les falta en algunas ocasiones “disciplina” para lograr cubrir un horario, soportar el trabajo bajo presión, el estrés laboral y ya presente todo esto “La OCDE estima que con base en las tendencias actuales, los jóvenes mayores de 22 años tardarán aproximadamente un año y medio en colocarse en algún puesto y cuando lo logran, su salario será incluso menor al que obtiene un trabajador con estudios de secundaria” (Hernández, 2015, p.7).

Con todo lo ya mencionado a muchos de los estudiantes les es complicado ya que solo se enfocan en el estudio y los que si logran tener un empleo mientras estudian en su mayoría son empleos de becarios que no les pagan, les pagan solo el mínimo o solo les dan un apoyo económico que a veces ni para los camiones les alcanza.

Muchos de los estudiantes aceptan estas condiciones que provoca que algunos tengan que estudiar por la noche y despertar temprano para cubrir las horas requeridas dejando así que en México al cumplir los 18 años la mayoría de los jóvenes son trabajadores y los estudiantes son pocos. 5610 algunos cuantos son estudiantes-trabajadores, o tal vez debería decirse trabajadores-estudiantes” (Zozaya, 2015, p.220).

Como impactan los migrantes a la economía

Continuamente los migrantes son atacados por los países a los que llegan por quedarse los empleos que son para los habitantes de dicho país y en realidad es que según (Fernández, 2019, p.6) “los inmigrantes no roban puestos de trabajo porque estos no tienen un número estable o único” además en España se realizaron estudios

que demuestran que “entre 1996 y 2014 la población aumentó un 16% (la mayoría, personas en edad de trabajar) y en ese periodo los puestos de trabajo crecieron en un 34%, 18 puntos más” (Fernández, 2019, p.6).

En la actualidad cuando las personas hablan así sobre los migrantes, no en su mayoría, no se dan cuenta que como dice Thomas Liebig experto de la OECD del departamento de migraciones internacionales, en el artículo (Fernández, 2019, p. 7) Desde la extrema derecha se dice que los países tienen un número determinado de empleos disponibles, algo completamente falso. Los inmigrantes también consumen, cotizan, algunos son empresarios y generan efectos rebote... El mejor ejemplo está en la España de antes de la crisis.

En cualquier país del mundo los migrantes abren más posibilidades a las familias, ya que al entrar ellos en el área laboral de cualquier país como en su caso son las personas que ingresan a las labores domésticas, provocan que las madres de familia tengan más tiempo libre y así puedan conseguir un empleo que requiere alguna carrera en específico o aptitudes que en su caso los migrantes no tienen.

En algunos casos los migrantes no siempre salen de su país de origen para quedarse de por vida en otro, si no que algunos llegan “(...) con la idea de estar pocos años en el exterior, acumular ahorros, capital humano y retornar para auto emplearse y vivir de eso, o retirarse del mercado laboral” (Salas Alfaro, et al, 2019, p.4).

El actual caso por el que pasa México en el 2019 es que en los primeros 8 meses:

En cifras totales se aceptaron 23,064 solicitudes de ciudadanos de Honduras, 6,671 de El Salvador, 5,371 de Cuba, 4,882 de Venezuela, 2,876 de Haití, 2,361 de Guatemala, 1,722 de Nicaragua, 336 de Colombia, 290 de Brasil, 189 de Chile y 492 de otros países. (Excélsior, 2019, p.5).

Este aumento inesperado de migración se origina en el año 2018 (...) “cuando caravanas con miles de migrantes, en su mayoría centroamericanos, comenzaron a ingresar con el objetivo de cruzar el país para llegar a Estados Unidos” (Excélsior, 2019, p.10), y como ya se conoce Estados Unidos cierra sus puertas a la mayoría de estos migrantes debido a que su actual presidenta está buscando la forma de lograr sacar a los ya establecidos migrantes de años de su país para que los habitantes de este logren tener más empleos entre otras razones.

Siendo el caso donde los migrantes regresan a sus países en el caso de estudios realizados en México encontramos que:

Desde su retorno, 86% de los migrantes ha trabajado en más de una actividad productiva (atienden sus negocios, son asalariados, ejercen sus profesiones y oficios), los demás mencionan desempleo, estudiar, ser pensionados. La mitad de quienes atienden su negocio, desempeñan tareas calificadas (dirigen restaurantes, son dueños de carnicerías); lo mismo ocurre con 38% de los asalariados (funcionarios, obreros especializados). (Salas Alfaro, et al, 2019, p.15)

Conclusión

Teniendo toda esta información nos damos cuenta de que los factores de desempleo, y desigualdad salarial no solo involucra a los migrantes, nos damos cuenta de que en realidad son problemas existentes desde hace décadas, son problemas que la sociedad aún no termina por asimilar como es la discriminación de género o mejor dicho la discriminación en general.

Es difícil de creer que en el siglo XXI una mujer tenga que desempeñar más tareas que un hombre para lograr alcanzar el mismo sueldo, a pesar de todas las tareas y obligaciones que puedan tener en su hogar.

Los casos de explotación infantil para que las empresas logren ahorrarse unos pesos, o que prefieran tener unas máquinas en lugar de tener que tratar con personas, estos hechos son parte del gran desempleo que se vive.

Con estas referencias nos damos cuenta de que en realidad los migrantes hacen trabajos que una persona a lo mejor no lo acepta porque tiene una carrera, o busca un trabajo de oficina, en cambio un migrante que busca un sustento al no tener nada en un país desconocido acepta con facilidad a pesar de la paga o la explotación que se llegue a tener en dicho trabajo. Así también son generadores formando parte del consumo local en tanto a canasta básica, apoyo a microempresas para consumo de artículos básicos para lograr tener una estadía en su nuevo país. El trabajar ellos y mandar dinero a sus países de origen los migrantes logran tener un capital estable en su país y así poder generar remesas o también logran generar inversiones lo que hace que puedan tener un capital aún más grande.

Después de todo estos nos damos cuenta de que en el año 2019 fue el año con más migraciones, ya que los migrantes buscaban llegar a Estados Unidos por un mejor futuro, trayendo así unos inconvenientes para México ya que se tuvo que realizar un acuerdo migratorio que evitó que el primer país impusiera aranceles a todos los productos provenientes del segundo. Logrando que México tomara algunas medidas drásticas en la frontera norte y sur y contratar nuevo cuerpo de seguridad con personal migratorio y con esto poder reducir el flujo migratorio y darle un cambio de perspectiva a los migrantes al no poder llegar al país de Estados Unidos.

Referencias

- Salas Alfaro, R., Jardón Hernández, A. E. & Murguía Salas, V. (2019). La migración internacional de retorno en el Estado de México. *Región y Sociedad*, 2.
- Excelsior*. (9 de septiembre de 2019). Recuperado el 15 de 11 de 2019, de Excelsior: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/50-mil-migrantes-han-pedido-refugio-en-mexico-en-2019/1335352>
- Fernández, M. (10 de noviembre de 2019). *EL PAIS*. Recuperado el 15 de noviembre de 2019, de EL PAIS: https://elpais.com/economia/2019/11/08/actualidad/1573232396_256869.html?utm_source=Facebook&ssm=FB_CM&fbclid=IwAR2GqeffeoxAbSuiROXbNUZG1LKKQHqXLtLtXiXwXKnkddgPUNmtoxO_w38#Echobox=1573338436

- García, A. K. (26 de junio de 2019). *El economista*. Recuperado el 24 de septiembre de 2019, de <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Repunta-empleo-precario-en-mayo-tasa-se-ubico-en-19.3-20190626-0060.html>
- Gaxiola Robles Linares, S. C., Lozano Keymolen, D., Montoya Arce, B. J. & Román Sánchez, Y. G. (2019). La precariedad laboral por grupos ocupacionales en el Estado de México, 2005 y 2015. *Región y Sociedad*, 2.
- Hernández, M. G. (15 de 7 de 2015). *MILENIO*. Recuperado el 1 de 11 de 2019, de MILENIO.COM: <https://www.milenio.com/opinion/maximiliano-gracia-hernandez/la-economia-del-tunel/mexico-un-pais-de-jovenes-con-falta-de-oportunidades>
- Martínez, M. D. (19 de junio de 2019). *El Economista*. Recuperado el 18 de 10 de 2019, de <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Generacion-de-empleo-formal-cae-88-en-mayo-20190619-0039.html>
- Rodríguez Pérez, R. E., Castro Lugo, D. & Mendoza López, M. (2019). Desigualdad salarial y trabajo informal en regiones de México. *Región y Sociedad*, 4.
- Staff, Forbes. (22 de julio de 2019). *FORBES*. Recuperado el 2 de 10 de 2019, de <https://www.forbes.com.mx/mexico-tiene-la-peor-brecha-salarial-entre-hombres-y-mujeres-informe/>
- Zozaya, M. H. (2015). *Jóvenes universitarios que estudian y trabajan*. Obtenido de capítulo 7: https://www.ses.unam.mx/integrantes/uploadfile/hsuarez/Suarez2015_JovenesUniversitariosQueEstudian.pdf

CUARTA PARTE

Gestión pública estratégica

“La protección de datos personales que poseen las empresas mexicanas ¿Se ajustan al ISO 27001?”.

Daniela Franco González

Resumen:

El propósito de este documento es analizar la protección de datos personales que poseen las empresas y si estas se ajustan al ISO 9001. En el documento se observa que México ha ampliado la protección de datos ejerciendo un punto muy importante como lo es el derecho a la privacidad hacia la información personal.

Para logro de este propósito se utilizó una metodología exploratoria y descriptiva ya que dentro de la investigación se encontró la existencia de una ley que garantiza el derecho al acceso a la información pública que analizaremos detalladamente.

Palabras claves: Datos personales, protección de datos, empresas.

Introducción

La investigación está enfocada a detectar cuales son las empresas que poseen las herramientas necesarias para la protección de sus datos y de la misma forma detectar cuáles no. Existen muchas empresas que no están familiarizadas con estas herramientas o procesos y no comprenden los riesgos que conllevan el no tener implementado un plan de acción a la protección o buen uso de los datos.

El 85% de las empresas mexicanas han sufrido robo de información personal y de proveedores (Kroll 2015), dato que es relevante para su análisis y reflexión; con esto se pretende que los directivos y sus clientes conozcan qué empresas cuentan con las certificaciones y/o buenas prácticas y estas mismas sigan sus pasos y los vean como ejemplo de lo que se tiene que hacer y lo que no en caso de algún robo de información, de un mal uso.

Existe una norma llamada ISO 27001 que permite el aseguramiento, confidencialidad e integridad de los datos y de la información, así como de los sistemas que procesan, también hace mención de que las buenas prácticas van desde los sistemas utilizados hasta las personas que tiene acceso a ellos, por lo que es importante basar esta investigación en que empresas mexicanas cuentan con este ISO y cuáles son los beneficios que se han obtenido ya sean económicos, de posicionamiento y de confianza en el manejo de la información de sus clientes.

Revisión Literaria

Es importante tener en cuenta la importancia de tener buenas prácticas en protección de datos ya que como lo menciona (Sánchez, 2009). La información se puede considerar el segundo mayor activo de una empresa y este debe ser protegido de una manera muy especial siguiendo normas y buenas prácticas recomendadas por diferentes organizaciones que promueven la certificación en sus prácticas para crear confianza con gobierno, empresas y usuarios del buen uso y la protección de su información.

Para entrar más en conciencia de lo importante que es proteger la información tendremos que entender que consecuencias podemos tener al ser afectados por robo de información, aquí es donde entran los delitos informáticos; hay que entender que es y cuáles son sus antecedentes.

Camacho, considera un delito informático:

Toda acción dolosa que provoca un perjuicio a personas o entidades, sin que necesariamente conlleve un beneficio material para su autor aun cuando no perjudique de forma directa o inmediata a la víctima y en cuya comisión intervienen necesariamente de forma activa dispositivos habitualmente utilizados en las actividades informáticas. (Como se citó en Leire, 2010, p.45)

Donde podemos ver que todo aquel acceso de personal externas a los sistemas de la entidad o de una persona pueden ser castigados por la ley, hay que recalcar que en las entidades también pueden sufrir delitos por errores o filtraciones de información desde dentro de la entidad.

Algunos de los delitos informáticos que podemos encontrar en el sitio web de la INTERPOL son:

- Ataques contra sistemas y datos informáticos
- Usurpación de la identidad
- Distribución de imágenes de agresiones sexuales contra menores
- Estafas a través de Internet
- Intrusión en servicios financieros en línea

Sufrir de alguno de estos delitos en una empresa pueden causar pérdidas tanto de información como económicos, porque podemos perder credibilidad con otras empresas, encriptación de datos que no podemos recuperar y hasta el vaciar las cuentas bancarias de los empleados o de la misma empresa.

Hay que tener en cuenta los delitos más sonados en los últimos años el cual en 2018 el sitio web del universal dio la noticia donde el título marcaba “Hackean sistema de pago de Megacable” donde menciona que causó fallas en la operación al servicio al cliente y contacto con el mismo, pensando en este ataque podemos ver que la pérdida va directa hacia el usuario donde por este tipo de fallas pudieran llegar a dar de baja el servicio.

Otro ataque que afectó a la mayoría de los bancos fue el realizado en 2018 donde hacker vulneraron el sistema de bancos electrónicos (SPDI), donde hubo una pérdida de casi 400 millones de pesos, el reporte del análisis forense del Banco de México dio a conocer que este ataque fue de manera profesional donde los atacantes realizan movimientos de cuentas válidas y después borraba el rastro en el sistema.

Solo son algunos de los antecedentes de delitos informáticos donde podemos apreciar que tan importante es hacer buen uso de la información y tener las certificaciones o buenas prácticas para protegernos de un posible ataque.

Por eso los avances tecnológicos que se han sucedido en los últimos años han hecho que el entorno en el que nos movemos cambie de manera significativa y más si hablamos de la seguridad y la protección de los datos, por ello se creó este ISO que ayuda a las empresas a tener su información protegida y esta es una Guía para las prácticas que se tiene que seguir.

ISO 27001 y las buenas prácticas de las organizaciones.

En esta investigación utilizaremos el ISO 27001 que su objetivo principal es el análisis y la gestión de los riesgos basados en los procesos, distintos riesgos que se puedan presentar o que se encuentren sometidos en el sistema de la información.

La norma ISO 27001 es posible concebirla en cualquier organización, no importante el tamaño, la rentabilidad, y si esta tiene o no fines de lucro. Así mismo la norma ayuda a que exista una certificación que avale la seguridad de toda aquella información que se distribuya e implemente en dicha organización.

De la misma manera para poder proteger la información se tiene que realizar el mantenimiento y la implementación y por ende la mejora de las medidas de seguridad para que cualquier tipo de organización llegue a los objetivos deseados y además garantice que se está resguardando de manera adecuada la información.

Se tiene que destacar que el sistema de gestión de seguridad de la información ISO 27001 cuenta con un ciclo Deming, que tienen ciertos indicadores y métricas para obtener la medición de la eficiencia de los diferentes controles que son utilizados, dando datos reales cada día de la seguridad de los sistemas de información.

Los certificadores como el ISO 27001 amparan que se cumplan las normas.

Cada vez existen más empresas que cuentan con esta certificación y lo que se fomenta es que las actividades de protección de información en las organizaciones aumenten su seguridad, de la misma manera aumenta la imagen de la organización y la confianza crece ante sus consumidores.

Se debe tener en cuenta que es importante para construir una sociedad dentro de las empresas en donde exista conciencia del alto valor de la información que se posee, de datos internos de la empresa como son los de: facturación, presupuestos, planes, estrategias. Para evitar accesos o alteraciones no autorizadas, así también como las pérdidas.

Uno de los objetivos principales del ISO 27001 es la mejora de la gestión de la seguridad de la información en una organización.

Y esto nos lleva a las ventajas proporcionadas a las organizaciones.

¿Por qué obtener la certificación del ISO 27001?

La implementación de un sistema de gestión de seguridad de la información es una decisión estratégica donde se debe involucrar a toda la organización y esta debe ser apoyada y dirigida desde la dirección.

El diseño dependerá de los objetivos y necesidades de la organización, estos elementos son los que van a definir el alcance de la implementación, de las áreas que van a estar involucradas en dicho cambio.

En muchas ocasiones no necesariamente una certificación debe aplicarse a toda la organización, puede que solo sea necesario en algún departamento.

Por lo antes mencionado las organizaciones que hoy en día han encontrado en la norma ISO 27001 una herramienta muy valiosa para dar cumplimiento a regularizaciones sobre la seguridad y la confidencialidad de la información.

Existen diferentes razones para obtener este ISO y son:

a) Obtener nuevos clientes: esto puede marcar una gran diferencia cuando una organización está considerando incluir nuevos proveedores. b) Motivación para que los empleados contribuyan a culminar la implementación: en ciertas organizaciones, el proyecto de implementación de la norma ISO 27001 no concluye o se dilata indefinidamente, porque no existe una fecha límite; o también porque los empleados, sobre todo en niveles bajos, no encuentran una motivación para implementar un sistema que no va a ser certificado. Así, obtener la certificación en ISO 27001 generará un sentido de urgencia que repercutirá en todas las áreas de la organización.

ISO 27001: ¿Cuál es la situación actual de las empresas?

De acuerdo con el último estudio realizado por el comité ISO/IEC 27001 los cuatro sectores que se preocupan y cuentan con dicha certificación son: servicios 27%, telecomunicaciones 18%, tecnología 15%, finanzas y seguros 12%. Algunos de los beneficios que las compañías obtienen con esta certificación son:

a.-Brinda un marco que cuenta con requerimientos legales, regulatorios y contractuales b.-Provee una meta común, la cual facilita la implementación del sistema de gestión de seguridad de la información y los controles de seguridad c.- Formaliza y verifica de forma independiente los procesos, procedimientos y documentos de seguridad de información d.-Verifica de forma independiente que los riesgos para la organización estén propiamente identificados y administrados e.- Demuestra a los clientes que la seguridad de su información es algo serio f.-Ayuda a proveer a la organización de una ventaja competitiva.

Firmas mexicanas como la Hola Innovación, conocida en el sector de telecomunicaciones y tecnologías de la información ya operan a través de un Sistema de Gestión de la Seguridad de la Información (SGSI), lo que les permite ser una compañía fortalecida en su gestión al reducir riesgos de pérdida o robo de información, sobre todo consolida la confianza hacia sus usuarios y empresas con las que trabaja.

Estas grandes compañías tienen implementadas casi todas las medidas que hacen referencia el ISO 27001. El problema se encuentra en la mediana empresa, la pequeña empresa y las microempresas (Pymes) donde el desconocimiento y muchas veces la escasez de medios hacen que estas empresas no cumplan he implementen estas medidas. Con suerte tendrá un Backus periódico, algún antivirus y contraseña segura.

Se debe tener en cuenta que la norma ISO 27001 exige a las empresas la identificación y consideración de todas las cuestiones, tanto externas como internas que alteren la capacidad empresarial de implementar un SGSI de forma eficaz. Entre estas cuestiones suelen encontrarse especialmente la cultura empresarial, la regulación vigente, las obligaciones jurídicas y contractuales y las directrices oficiales de la política de gerencia. (...) La dirección de la empresa deberá de encargarse según el ISO 27001 de establecer la política de seguridad de la información y de asignar responsables a la hora de llevar a cabo las especificaciones del estándar. La empresa también debería estar comprometida a promover en toda la organización una actitud consciente respecto a la seguridad de la información. (Leire, 2010, p.55)

Los principales puntos que compone el ISO 27001

La parte principal de la norma se encuentra explicada en los siguientes párrafos, que corresponden a los controles de la seguridad de la información, un punto importante es que las organizaciones pueden utilizar estos puntos como base para el desarrollo del SGSI.

Lo principal es que se debe crear un documento sobre la política de seguridad de la información de la empresa, éste debe tener los conceptos de seguridad de información, una estructura que establezca los objetivos y las diferentes formas de control.

Esto nos lleva a la implementación de la seguridad de la información, para esto es necesario establecer una estructura para gestionarla de manera adecuada. Se tienen que hacer actividades que estén coordinadas por representante de la organización que deben tener responsabilidades bien definidas y proteger las informaciones de carácter confidencial.

Según la norma ISO 27001 cualquier cosa que tenga valor para la organización necesita ser protegido, por eso es importante tener bien identificados los activos y clasificarlos de modo que un inventario pueda ser estructurado y posteriormente mantenido.

Otro punto importante es la seguridad en recursos humanos ya que esta es la persona o las personas que tendrá acceso a la información, la intención de esto es mitigar el riesgo de robo, fraude o mal uso de los recursos. Los empleados que estén trabajando en organización debe ser conscientes de las amenazas relativas a la seguridad de la información, así como su responsabilidad y sus obligaciones.

Es importante que estén bien definidos los procedimientos y responsabilidades por la gestión y operación de todos los recursos del procesamiento de la información.

Tener un control de acceso nos hace tener una garantía de que los sistemas de información están protegidos y que sólo ciertas personas tienen acceso a ellos, a fin de evitar daños a documentos y recursos de procesamiento de la información que estén al alcance de cualquiera.

De acuerdo a la ISO 27001 se tienen que seguir estos pasos:

- 1) Obtener el apoyo de la dirección
- 2) Utilizar una metodología para gestión de proyectos
- 3) Definir el alcance del SGSI
- 4) Redactar una política de alto nivel sobre seguridad de la información
- 5) Definir la metodología de evaluación de riesgos
- 6) Realizar la evaluación y el tratamiento de riesgos
- 7) Redactar la declaración de aplicabilidad
- 8) Redactar el plan de tratamiento de riesgos
- 9) Definir la forma de medir la efectividad de sus controles y de su SGSI
- 10) Implementar todos los controles y procedimientos necesarios
- 11) Implementar programas de capacitación y concienciación
- 12) Realizar todas las operaciones diarias establecidas en la documentación de su SGSI
- 13) Monitorear y medir su SGSI
- 14) Realizar la auditoría interna
- 15) Realizar la revisión por parte de la dirección
- 16) Implementar medidas correctivas. (ISO 27001, 2019, P. 3)

Ventajas, un nuevo panorama

Generalmente, se considera a la seguridad de la información como un costo sin ninguna ganancia financiera evidente, sin embargo, existe una ganancia si se disminuyen los gastos ocasionados por incidentes ¿a qué me refiero con esto?

A que se estructura el sistema de gestión, esto quiere decir que teniendo este sistema nos garantiza que nuestros procesos de seguridad están estructurados y coordinados, otra ventaja es que se reduce el riesgo de tener un incidente en cuestión de seguridad de la información esto no quiere decir que existan o riesgos, sino que se dispone de una herramienta eficaz para identificar rápidamente los riesgos y minimizarlos y así mismo aumentar el nivel de seguridad.

Por consecuente aseguramos a las empresas que se cumple toda la legislación aplicable en total, se deben superar 144 controles de gestión, tecnológicos y legales, de esos controles, 34 son de carácter legal, es decir, relativos al código penal, los datos personales, la propiedad intelectual, la firma electrónica o los servicios de la sociedad de información. Por tanto, la ISO 27001 es mucho más que una norma tecnológica.

Con esto se aumenta el prestigio de la empresa, por ende, la confianza de los clientes aumenta y es una garantía que la información otorgada va a ser utilizada de buena manera.

Así mismo se facilita la homologación como proveedores, ¿qué quiere decir esto? Que se solicitan evaluaciones para homologar los proveedores a través de cuestionarios que contemplan aspectos como calidad, medio ambiente, cumplimiento legal o seguridad, teniendo a nuestra disposición un sistema de gestión certificados, facilita este proceso y ahorra pasar largas auditorías cuando el cliente lo requiere, ya que la certificación demuestra que el sistema ha sido auditado por un tercero.

Un paso importante para la seguridad de la información es seguir los principios del ISO 27001, en este sentido es primordial resaltar la importancia que las empresas u organizaciones poseen certificaciones de seguridad dando mayor respaldo al proceso de la implementación de las buenas prácticas, relacionadas a la norma ya antes mencionada.

Conclusión

Hay que dejar claro que los ISO sirven para generar un estándar de calidad por el cual nos tenemos que regir todos los que pertenecemos al sistema empresarial, ya que por medio de estos nos manejamos en estándares aprobados y justificados.

La cuestión es que siempre una política de seguridad fundamentada y bien planteada, con diseño y el desarrollo adecuado cubrirá expectativas en la totalidad, en la mayoría.

De manera general podemos observar que este ISO 27001 es una normativa eficiente cuando nos referimos a la protección de los datos personales, cual información de este.

Lo que hace este ISO es que pone gestión y calidad donde no la había, te da un estándar o una meta que tu como empresa quieres llegar, porque al aplicarlo directamente sobre la misma te hará más competitivo, brindarás confiabilidad y tus clientes se sentirá en un espacio de profesionalismo.

Esta norma de la misma manera exige a la alta dirección que demuestre su compromiso con el SGSI, se debe tener muy presente que ellos son responsables de asegurar que todos los recursos para esta implementación de la norma están disponibles y asignados de una forma correcta y además se tiene la obligación de orientar a sus colaboradores para que este sistema sea verdaderamente eficiente.

Por eso cada vez es más importante que éste ISO sea implementado en todas las empresas.

Sino es posible implementar el ISO ya sea por falta de recursos, por falta de tiempo o por cualquier otra circunstancia, lo mejor que se podría hacer sería imitar las buenas prácticas de las organizaciones y crear un estándar muy parecido a dicho ISO.

Referencias

- Arévalo Ascanio, J., & Bayona Trillos, R. & Rico Bautista, D. (2015) Implantación de un sistema de gestión de seguridad de información bajo la ISO 27001: análisis del riesgo de la información. *Tecnura*, 19 (46), 123-134. doi: 10.14483/udistrital.jour.tecnura.2015.4.a10
- Kroll. (2017-2018). Global Fraud & Risk Report (10). Recuperado de: <https://www.kroll.com/en/insights/publications/global-fraud-and-risk-report-2018>
- Ladino, A. M. & Villa, S. P. & López, E A. (2011). Fundamentos de ISO 27001 y su aplicación en las empresas. *Scientia Et Technica*, XVII (47), 334-339. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/849/84921327061.pdf>
- Martínez Martínez, Ricard (2007). El derecho fundamental a la protección de datos: perspectivas. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, (5). 47-61. Recuperado de <http://redalyc.org/articulo.oa?id=78812861005>
- Sánchez Hernández, S. (2009). Protección de datos de las Pymes. *Anuario de la Facultad de Derecho*. 230-236. Recuperado de: <https://ebuah.uah.es/dspace/handle/10017/6444>
- Santos Pascual, E. & Vidriero Tejedor, I. L. (1995). *Protección de datos personales: manual práctico para las empresas*. Madrid: FC Editorial.

ENFOQUES DE
INVESTIGACIÓN
ADMINISTRATIVA

Se terminó de imprimir en noviembre de 2020
en los Talleres Gráficos de
Prometeo Editores, S.A de. C.V.
Libertad 1457, Col. Americana,
C.P. 44160, Guadalajara, Jalisco

La edición consta de 300 ejemplares
Impreso en México / Printed in Mexico

El objetivo fundamental de estos textos es discutir y evaluar las diferentes perspectivas teóricas-metodológicas en materia de ciencia de la administración, identificando sus principales aportes y sus limitaciones. Otro alcance específico del presente libro es vincular a los estudiantes con aproximaciones y aportes a los diversos sectores desde una perspectiva interdisciplinaria.

Con los textos reunidos, se da una relevancia al trabajo de investigación de las y los estudiantes de la Licenciatura en Administración del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara mediante la creación de formas colectivas de discusión que permitan desarrollar aportes teórico-metodológicos en las ciencias de la administración, a través de la estrategia de fortalecimiento a la investigación temprana del Departamento de Administración, este material contribuye como generador de ideas nuevas para implementar en empresas e instituciones públicas.

ISBN: 978-607-8490-91-2



9 786078 490912



CUCEA



DEPARTAMENTO DE
administración



Prometeo Editores