

Los Recursos Humanos como Factor Detonador de la Competitividad

Coordinadores:

Virginia Hernández Silva
Pedro Chávez Lugo



LOS RECURSOS HUMANOS COMO FACTOR DETONADOR DE LA COMPETITIVIDAD

Virginia **HERNÁNDEZ SILVA**

Pedro **CHÁVEZ LUGO**

Coordinadores



LOS RECURSOS HUMANOS COMO FACTOR
DETONADOR DE LA COMPETITIVIDAD

Coordinadores

Virginia **Hernández Silva**

Pedro **Chávez Lugo**

Primera edición, 2019

ISBN: 978-607-542-121-6



© 2019. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

© 2019. Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas

Diseño de portada e interiores: Editorial Cienpozueros

Las opiniones expresadas en este libro son de exclusiva responsabilidad del autor (es) y no corresponden necesariamente a las de las instituciones patrocinadoras, así como de los derechos de autor que se demanden.

Este libro fue sometido a un proceso de dictaminación académica, de acuerdo con las normas establecidas en la convocatoria. Los derechos exclusivos de la edición quedan reservados para todos los países de habla hispana. Prohibida la reproducción parcial o total, por cualquier medio, sin el consentimiento por escrito de los legítimos titulares de los derechos.

Impreso en México/*Printed in Mexico*



Dr. Raúl Cárdenas Navarro
Rector

L.E. Pedro Mata Vázquez
Secretario General

Dr. Orépani García Rodríguez
Secretario Académico

ME en M.F. Silvia Hernández Capi
Secretaria Administrativa

Dr. Juan Carlos Gómez Revuelta
Secretario Auxiliar

Dr. Rodrigo Gómez Monge
Tesorero

Dr. Héctor Pérez Pintor
Difusión Cultural y Extensión Universitaria

Lic. Luis Fernando Rodríguez Vera
Abogado General

Mtro. Rodrigo Tavera Ochoa
Contralor

Dr. Marco Antonio Landavazo Arias
Coordinador de la Investigación Científica



Dr. Evaristo Galeana Figueroa

Director

M.A. Juan Campos Delgado

Subdirector

Dra. Alejandra Berenice García Torres

Secretaría Académica

M.F. Luis Eugenio Estrada Zavala

Secretaría Administrativa

Dr. José Luis Chávez Chávez

Jefe de la División de Estudios de Posgrado

Dr. Marco Alberto Valenzo Jiménez

Coordinador de la Investigación

Libros Electrónicos – eBooks

El objetivo es apoyar a la Comunidad Científica Nacional e Internacional en la producción escrita de Ciencia, Tecnología en Innovación en las Áreas de CONACYT y PRODEP.

El consejo editorial de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo aporta a la formación del análisis crítico de Investigación. Buscando alentar la discusión de la Comunidad Científica Nacional e Internacional y promover la participación de académicos, especialistas e investigadores a la publicación desde las diversas Instituciones de Educación Superior de México y del extranjero.

Alcance y Cobertura

El libro electrónico es un Producto editado por la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo integrado en su repositorio de publicaciones electrónicas RePEC, IDEAS e EConPAPers como una publicación científica, arbitrada e indizada. Se admiten contenidos evaluados mediante proceso de revisión de arbitraje Doble-Ciego por pares académicos en torno en temas relacionados con la teoría y práctica del Área de Investigación V de Ciencias Sociales de CONACYT y PRODEP, respectivamente con enfoques y diversas perspectivas, que contribuyan a la difusión del desarrollo de la Ciencias Administrativas. Además, mediante el software de Turnitin los documentos fueron sometidos a un análisis de similitud con respecto a otras obras. La coordinación de la Investigación de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo mantienen el resguardo de los archivos que respaldan ambos procesos.

**Consejo Editorial de la Facultad de Contaduría
y Ciencias Administrativas UMSNH**

Nombre Completo	Nivel en el Sistema Nacional de Investigadores	Afiliación
FRANCO-PÉREZ, Emeterio	1	Universidad Autónoma de Querétaro
AGUILASOCHO-MONTOYA, Dora	1	Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas / UMSNH
VALENZO-JIMÉNEZ, Marco Alberto	1	Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas / UMSNH
DE LA TORRE- TORRES, Oscar Valdemar	1	Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas / UMSNH
MONTESINOS-LOPEZ, Osva Antonio	1	Universidad de Colima
ALFARO-CALDERÓN, Gerardo Gabriel	1	Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas / UMSNH
ORTIZ-PANIAGUA, Carlos Francisco	1	Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas / UMSNH
TAMAR-INFANTE, Zoe	1	Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas / UMSNH
ORTEGA-GÓMEZ, Priscila	1	Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas / UMSNH
GUERRERO-DÁVALOS, Cuauhtémoc	1	Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas / UMSNH
FLORES-ROMERO, Beatriz	1	Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas / UMSNH

Continúa

Nombre Completo	Nivel en el Sistema Nacional de Investigadores	Afiliación
CASTRO - GARCIA, Yenisey	Candidato	Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas / UMSNH
MADRIGAL - MORENO, Salvador	Candidato	Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas / UMSNH
ALFARO - GARCIA, Victor Gerardo	Candidato	Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas / UMSNH
CASANOVA-VALENCIA, Salvador Antelmo	Candidato	Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas / UMSNH
GUTIERREZ-CARREON, Gustavo Alfonso	Candidato	Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas / UMSNH
AVILA-CARREÓN, Fernando		Instituto Tecnológico de Morelia
MADRIGAL-MORENO, Flor		Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas / UMSNH
ESPITIA - MORENO, Irma Cristina		Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas / UMSNH

Presentación

Este libro que presentamos titulado Los Recursos Humanos como Factor Detonador en la Competitividad, surge del trabajo colaborativo y de coordinación entre los miembros de los cuerpos académicos reconocidos por PRODEP con número de identificación UMSNH-CA-11 y UMSNH-CA-278 de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, así como adscritos a la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas, en donde se cultivan las líneas de investigación sobre Economía y Modelos Cuantitativos y Gestión de las Tecnologías de Información y Comunicación mismas que se trabajan en el posgrado de la FCCA en los programas del Doctorado en Administración adscrito al PNPC y en la Maestría en Administración.

En este libro se presentan diversos trabajos que abordan el impacto de los Recursos Humanos sobre la Competitividad organizacional desde diferentes perspectivas, disciplinas y distintas regiones de México.

Martínez Arroyo Jaime Apolinar, Valenzo Jiménez Marco Alberto y Esparza Rodríguez Saúl Alfonso presentan una investigación descriptiva y relacional para determinar de la cadena de valor para la exportación del aguacate Michoacano hacia los Estados Unidos y muestran la importancia del conocimiento e innovación.

Villasano Jain Maria Luisa, de los Ángeles Ochoa Cedeño Ma. y Colin Herrera Colin María Susana realizaron una investigación para resaltar la importancia del clima laboral en el desarrollo organizacional del Departamento de Negocios del Centro Universitario de la Ciénega.

Cruz Doriano Sacramento, de Jesús Chi Chan María Teresa y Castellanos Herrera Annie Vigelmi llevaron a cabo una investigación del grado de satisfacción de los clientes de una microfinanciera del Estado de Yucatán en la búsqueda de una mejora en la competitividad.

Alviter Rojas Laura Edith, Robles Acosta Carlos y Martínez Rodríguez Edim presentan una investigación cuantitativa realizada en dos organizaciones Mexicanas sobre el nivel del presentismo y su relación con la edad y antigüedad laboral.

Sandoval Luján Graciela del Carmen, Domínguez Arrieta Eduardo y Lujan Vega Luis llevaron a cabo una investigación para conocer las causas del presentismo en empresas de fabricación de muebles de Delicias, Chihuahua, México.

Hernández Sánchez Llaremi, Gamez Gamez Karina y Álvarez Flores Lorena realizaron una investigación sobre la economía regional del Valle de San Quintín del estado de Baja California México. En esta investigación se busca conocer el nivel de compromiso de los trabajadores con respecto a la organización de las organizaciones.

Benítez Guadarrama Juan Pedro, Ramírez Roja Ana Luisa y Dávila Hernández Margarita presentan una investigación sobre la importancia las aplicaciones móviles en la obtención de los estados financieros básicos partiendo del análisis de docentes de instituciones de educación superior del municipio Ecatepec de Morelos, Estado de México.

Los coordinadores agradecen la colaboración de los autores por la contribución de los siete capítulos, invitando a la reflexión del fortalecimiento de la competitividad Organizacional mediante los Recursos Humanos.

VIRGINIA HERNÁNDEZ SILVA

PEDRO CHÁVEZ LUGO

*Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo*

Contenido

Presentación **9**

Virginia Hernández Silva
Pedro Chávez Lugo

Capítulo I

**El Recurso Humano como Factor de la Competitividad
Sostenida en la Cadena de Valor del Aguacate
Michoacano** **13**

Jaime Apolinar Martínez Arroyo
Marco Alberto Valenzo Jiménez
Saúl Alfonso Esparza Rodríguez

Capítulo II

**Importancia del Estudio Clima Organizacional en
Personal Académico del Departamento de Negocios
Centro Universitario de la Ciénega** **35**

Maria Luisa Villasano Jain
Ma. de los Ángeles Ochoa Cedeño
Maria Susana Colin Herrera

Capítulo III

Satisfacción en la Atención del Cliente: Caso de una Microfinanciera 49

Sacramento Cruz Doriano

María Teresita de Jesús Chi Chan

Annie Vigelmi Castellanos Herrera

Capítulo IV

Estudio Empírico de Presentismo en dos Organizaciones Mexicanas 63

Laura Edith Alviter Rojas

Carlos Robles Acosta

Edim Martínez Rodríguez

Capítulo V

Presentismo en Empresas de Fabricación de Muebles de Delicias, Chihuahua 81

Graciela del Carmen Sandoval Luján

Eduardo Domínguez Arrieta

Luis Lujan Vega

Capítulo VI

El Compromiso Organizacional de los Empleados Basado en la Organización de la Empresa 99

Llaremi Hernández Sánchez

Karina Gamez Gamez

Lorena Alvarez Flores

Capítulo VII

Usabilidad de la Tecnología Móvil para la Elaboración de Estados Financieros Básicos en México 113

Juan Pedro Benitez Guadarrama

Ana Luisa Ramirez Roja

Margarita Dávila Hernández

El Recurso Humano como Factor de la Competitividad Sostenida en la Cadena de Valor del Aguacate Michoacano

JAIME APOLINAR MARTÍNEZ ARROYO
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

MARCO ALBERTO VALENZO JIMÉNEZ
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

SAÚL ALFONSO ESPARZA RODRÍGUEZ
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen

Este trabajo tiene el propósito de analizar las actividades de innovación y conocimiento desarrolladas por los recursos humanos a lo largo de la cadena de valor de la exportación de aguacate a los Estados Unidos, los agentes de esta cadena están ubicados en Uruapan, Michoacán, dichas actividades pueden ser fuentes de ventaja competitiva sostenida. Esta medición se realiza de la relación de la variable dependiente, variables independientes, dimensiones e indicadores, por lo tanto, al llevar la medición hasta este plano de análisis permite conocer o mostrar el origen de los resultados obtenidos, en éste caso, las ventajas competitivas. Michael Porter menciona, que no es posible ver la ventaja competitiva de manera general, es necesario analizar las actividades para conocer de donde podrían surgir ventajas competitivas.

Palabras Clave: *Cadena de valor, ventajas competitivas, innovación, conocimiento.*

Abstract

This work has the purpose of analyzing the innovation and knowledge activities developed by human resources along the avocado export value chain to the United States, the agents of this chain are located in Uruapan, Michoacán, these activities they can be sources of sustained competitive advantage. This measurement is made of the relation of the dependent variable, independent variables, dimensions and indicators, therefore, by taking the measurement to this analysis plane it allows to know or show the origin of the results obtained, in this case, the competitive advantages. Michael Porter mentions that it is not possible to see the competitive advantage in a general way, it is necessary to analyze the activities to know where competitive advantages might arise.

Key words. Value chain, competitive advantage, innovation, knowledge.

Introducción

Hoy en día el ambiente de los negocios es más competitivo y hostil, de tal manera que cada ventaja competitiva de la empresa se erosiona rápidamente y es superada por el rápido ritmo de competencia (Grimm, Lee, & Smith, 2006). Los mercados están en un estado constante de flujo y desequilibrio es decir, el ambiente actual de los negocios se encuentra lejos de ser estable y predecible.

Un sector competitivo en México, el cual en muchas ocasiones basa su competitividad en las ventajas comparativas que se mencionaron anteriormente, es el agroindustrial, área, en la que destaca el cultivo y exportación de aguacate, el cual goza de una alta demanda en el mercado nacional e internacional. El desarrollo de la industria del aguacate en México, en los últimos años se ha incrementado notablemente y con grandes oportunidades de desarrollo sobre todo con la diversificación de mercados y presentación final del producto. México es el principal productor, exportador y consumidor de aguacate en el mundo, con una producción de más de un millón de toneladas al año y produce 42% del aguacate que se cultiva a nivel mundial. Las exportaciones de aguacate en 2008, rebasaron las 200 mil toneladas de aguacate en fresco (Agropecuaria, 2008). Y en el siguiente periodo 2009 exportó más de 300 mil toneladas a los Estados Unidos, Japón, Canadá, Centroamérica (ver Tabla 1).

Tabla1. Exportaciones mexicanas de aguacate (tons).

Country	2006	2007	2008	2009	Jan-Aug 2009	Jan-Aug 2010	Growth 09-10
USA	118,809	228,362	249,592	309,928	220,551	179,583	-19%
Japan	28,808	24,829	23,756	27,246	19,466	28,179	45%
Canada	17,148	19,604	18,095	22,583	14,588	17,526	20%
El Salvador	10,965	9,298	8,200	10,199	5,961	4,153	-30%
Costa Rica	5,694	5,979	6,468	6,991	4,878	5,506	13%
Others	26,932	22,167	20,559	21,207	11,998	11,249	-6%
Total	208,346	310,260	326,670	398,153	277,442	246,198	-11%

Fuente: IQOM Business Intelligence <http://0-www.iqom.com.mx/millennium.itesm.mx/index>, Secretaría de Economía

Problemática

Según Bonales y Sánchez, el sector aguacatero se caracteriza por su poca organización (Bonales & Sánchez, 2003), siendo ésta una de sus principales debilidades, además es indudable que algunas ventajas comparativas traducidas en ventajas competitivas de los productores y exportadores de aguacate, han sido emuladas y en ocasiones mejoradas por algunos países productores y competidores en los mercados internacionales del aguacate (Sánchez, 2007), como por ejemplo, Israel consigue rendimientos de casi 20 toneladas por hectárea (Naamani, 2007), mientras los productores de aguacate en Michoacán apenas logran pasar las diez toneladas por hectárea. Además, cuando se analiza con detalle el exitoso desempeño exportador de este producto se descubren debilidades frente a otros competidores extranjeros, sobre todo en el mercado norteamericano, entre las que principalmente son más notables en cuanto al desarrollo tecnológico y la tecnificación de la producción. Como ejemplo de lo anterior es la inspección que realizó el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América (USDA) a las huertas de aguacate certificadas para la exportación ubicada en Uruapan Michoacán, se encontró la presencia del gusano barrenador en 1800 hectáreas (Arellano, 2008), lo que representa violaciones al incumplimiento de las normas de inocuidad que rigen las buenas prácticas agrícolas (BPA) acordadas por ambos gobiernos y lo que trajo como

consecuencia que esa misma cantidad de hectáreas sean eliminadas del programa de exportación por visores o inspectores de las Secretarías de Agricultura de Estados Unidos y México. Lo que representa una disminución de la exportación de la fruta y como consecuencia una disminución en la generación de divisas para la población. Otro factor que afectó las exportaciones michoacanas fueron los conflictos internos entre productores y empaques debido principalmente a la falta de acuerdos acerca del precio del aguacate y también por el cambio de administración en APEAM.

De igual modo, según funcionarios de la Asociación de Productores y Empacadores Exportadores de Aguacate de Michoacán, A.C. (APEAM) han detectado un aumento de la competencia por el mercado norteamericano con el ingreso en este mercado de competidores como Perú, Colombia, Nueva Zelanda y España. Finalmente, en el mes de Febrero de este año se detectaron residuos de químicos no permitidos en la fruta enviada para su comercialización en Japón y Estados Unidos. Todo lo mencionado anteriormente ha incidido en la calidad y cantidad de la exportación de esta fruta. Tal y como lo muestran los últimos reportes. De acuerdo con APEAM, a pesar de que se ha exportado más aguacate al mercado norteamericano en la temporada 2010-2011 se ha perdido participación en este mercado.

Por lo tanto, ante la problemática planteada es necesario que los agentes económicos que forman la cadena de valor busquen actividades alternativas que les permita contrarrestar esta situación. En este artículo se muestran los resultados de la medición de las actividades realizadas por los viveristas, productores, empaques y transportistas destinadas a la generación y creación de innovación y conocimiento. Es importante mencionar que para tal propósito se aplicó un cuestionario a los gerentes de las empresas para conocer la importancia que tienen estas variables para las organizaciones como unas maneras distintas de competir y de obtener una ventaja competitiva.

Referencias teóricas

El marco teórico que respalda esta investigación está formado por la teoría de la cadena de valor, ventaja competitiva temporal y sostenida, teoría de la innovación y el conocimiento.

Cadena de valor

En definitiva, el concepto de “cadena de valor” es relativamente nuevo en el sector agroalimentario mundial, quizás los ejemplos más recientes e ilustrativos

de formación de cadenas de valor como una estrategia competitiva, provienen de Holanda, con la formación de la Fundación para la Competencia de Cadenas Agroalimentarias en 1995. Sin embargo, un pronóstico de la importancia que tendrán las cadenas de valor para la mejora de las ventajas competitivas de las empresas agroindustriales en el corto plazo es el realizado por el Dr. David Bell Director del programa de negocios de agroindustria de la Universidad de Harvard y el cuál menciona lo siguiente.

“El futuro no será un agricultor compitiendo contra otro agricultor, o un distribuidor compitiendo con otro distribuidor, o un detallista compitiendo contra otro detallista, o será una cadena de valor compitiendo con otra cadena de valor” (Bell, 2004).

Es necesario remarcar, que el análisis de la cadena de valor es un método utilizado para descomponer la cadena en cada una de las actividades que la conforman, y en la cual se buscan las actividades que agregan valor al producto final. El enfoque de la cadena de valor analiza las particularidades entre los distintos eslabones que la componen y su finalidad es conocer los factores que están incidiendo sobre las ventajas competitivas, valorando su incidencia relativa, para poder definir prioridades y estrategias de acción concertadas entre los diferentes actores. Por consiguiente, es muy importante considerar la identificación de las bases de las ventajas competitivas de la cadena de valor del aguacate que faciliten el desempeño de los diferentes agentes económicos. No basta que un eslabón de la cadena alcance la competitividad deseada, ya que se requiere que toda la cadena o sistema lo logre (Venegas & Loredó, 2008). Dicho de otra forma, el análisis de la cadena de valor es esencialmente un sistema de creación de valor, es una herramienta analítica que facilita la identificación y la evaluación de las alternativas estratégicas (Walters & Rainbird, 2007). La cadena de valor es una unidad importante de análisis para comprender las ventajas competitivas de la empresa (Nations, United, 2007). La Imagen 1 muestra los agentes que componen la cadena de valor del aguacate.



Ventaja competitiva temporal en retrospectiva

En la estrategia de negocios la ventaja competitiva ha tomado un lugar central. El uso de la ventaja competitiva en la literatura es sinónimo de creación de valor (Rumelt, 2003). La ventaja competitiva que han logrado obtener algunas empresas a través de la adopción de la estrategia, tiene sus inicios en el concepto básico de finales de 1930, denominado “adaptación competitiva” (Alderson, 1937), en la cual, las actividades intelectuales y las relaciones con los proveedores son las principales fuentes de ventaja competitiva. Está es una de las primeras literaturas sobre la competencia en la que el autor afirmó, que un aspecto fundamental de la adaptación competitiva es la especialización de los proveedores para cumplir con la variación en la demanda del comprador.

La ventaja competitiva es definida como: “la rentabilidad sostenida por encima de la normal.” (Peteraf M. A., 1993).

De igual manera Barney (1991), argumenta que una ventaja competitiva es lograda, cuando una empresa implementa una estrategia de creación de valor, que no ha sido simultáneamente implementada por cualquiera de los competidores actuales o potenciales. Por lo tanto, la ventaja competitiva no es algo que se ‘tiene’, sino que se ‘alcanza’; no es simplemente algo que nos hace distintos de la competencia, sino obtener una rentabilidad más alta que ella. La ventaja competitiva puede ser creada de numerosas maneras, por ejemplo, por el tamaño de empresa, localización, acceso a los recursos (Ghemawat, 1986). Dicho de otra manera, la ventaja competitiva se puede crear combinando la dotación de recursos de los cuales la empresa dispone, con una estrategia adecuada la cual involucre a estos recursos, los conocimientos y habilidades de los dueños y trabajadores, así como, las oportunidades del entorno. En la búsqueda de la ventaja competitiva, se establecen aquellas decisiones y acciones que permitan la sobrevivencia, rentabilidad y evolución de la empresa, por medio del uso inteligente de todos los recursos de la organización (Morales & Pech, 2000).

Ventaja competitiva sostenida

Entender las fuentes de la ventaja competitiva sostenida para las empresas se ha convertido en la mayor área de investigación en el campo de la administración estratégica (Porter, 1985). De tal forma que la ventaja competitiva sostenida casi todas las organizaciones buscan y tratan de desarrollarla (Cheney & Jarrett, 2002). Esta es definida por Bar-Eli, Galily & Israeli, (2008) como “aquella que

la competencia no puede copiar o simular”. De igual manera Barney, (2001), la conceptualiza como: “ el beneficio prolongado de la aplicación de algunas estrategias únicas de creación de valor no implementadas simultáneamente por cualquier competidor actual o potencial y con la incapacidad para duplicar los beneficios de esta estrategia.” Además, este autor menciona que poseen cuatro atributos: son raros, valiosos, la imposibilidad de ser imitada, y su incapacidad para ser sustituido. Al mismo tiempo argumenta que una empresa que posea un recurso particularmente valioso y que es obtenido en circunstancias históricas únicas, puede obtener una ventaja competitiva sostenida, puede mejorar la eficiencia y la eficacia de una manera que las empresas competidoras no pueden competir de esa manera y que estos no pueden imitarla a través del tiempo (Barney,1991). Los recursos de la empresa desde esta perspectiva incluye: todos los activos, capacidades, procesos organizacionales, atributos de la empresa, información, conocimiento etcétera, los cuales permiten que la organización implemente estrategias para hacerla más eficiente (Daft, 1983). Sin embargo, no todos los recursos tienen el potencial para crear una ventaja competitiva sostenida. La naturaleza dinámica del entorno empresarial, especialmente en relación con la influencia de los competidores, clientes, la regulación, la tecnología y la oferta de financiamiento, es tal, que el logro de la ventaja competitiva es algo dinámico, en términos de que algunas empresas en algunas circunstancias, son capaces de lograr una ventaja competitiva sostenida y algunas empresas en algunas industrias sólo logran una ventaja competitiva temporal. Un argumento que se ha presentado es que no todos los elementos inciertos del medio ambiente actúan en la misma dirección sobre los recursos estratégicos, la ventaja competitiva y el desempeño de la organización (O’Shannassy, 2008). Sostener una ventaja competitiva permanentemente, es muy difícil, particularmente en la era de la incertidumbre, de la crisis y del impacto del internet en el comportamiento de los consumidores y la capacidades de transacción.

La definición de la ventaja competitiva ha tenido una evolución a través del tiempo. Hay que mencionar, que las explicaciones teóricas de la ventaja competitiva de la empresa han sido dominada por dos escuelas teóricas: la que se centra en la industria, (OIE) Industrial Organization Economics (Organización Industrial Económica) y aquellos que se centran sobre la empresa en particular en los recursos y capacidades únicos (resource-based theories, teorías basadas en los recursos). Adicionalmente y de manera reciente una tercera corriente de pensamiento, como la teoría de las relaciones, que sugiere centrarse en las relaciones con otras empresas y por medio de estas, se puede obtener ventajas competitivas.

La organización industrial económica

La escuela de la estrategia dominante hasta la década de 1980 fue la Industrial Organization Economics (OIE) (Hoskinsson, Hitt, Wan, & Yiu, 1999). Se trata de un campo de la economía que se ocupa de la estructura de los mercados, el comportamiento de las empresas, y los beneficios sociales y costos asociados con las diversas formas de estructura del mercado y el comportamiento de la empresa (Tirole, 2003). Los ingresos son determinados por la estructura de la industria en que opera la empresa (Barney, 1986) y el éxito entonces será el resultado de una posición atractiva en el mercado debido a la selección de una base de costo más bajo o de una diferenciación de productos (Porter, 1991). Por lo tanto, una empresa con una posición de mercado atractivo puede ejercer poder en el mercado (Teece, 1984) y el monopolio de las utilidades (Mahoney & Pandian, 1992). Monopolio de las ganancias resultantes de la restricción deliberada de la producción (Peteraf M. A., 1993) de tal manera que, la sostenibilidad de las utilidades está estrechamente vinculado a la estructura de la industria, que cambia de forma relativamente lenta. Con el fin de ganar poder en el mercado sobre sus rivales, las empresas que compiten pueden formar carteles (Noguera & Pecchechino, 2007), o entrar en acuerdos coludidos (Porter, 2005), ambas podrían considerarse como formas de cooperación entre empresas, dentro del marco de trabajo de la OIE. Por lo tanto, desde la perspectiva de la OIE, la cooperación entre empresas es fuente de una posición más favorable en el mercado y obtener poder de las relaciones en el mercado. En suma, la OIE propone que a fin de que las empresas obtengan ventaja competitiva debe buscar posiciones en las cuales puedan aprovechar la influencia del poder del monopolio sobre otros jugadores en el mercado.

La teoría de la empresa basada en los recursos

A diferencia de la opinión de Porter acerca de que la empresa es un conjunto de actividades, el principio central de la teoría basada en los recursos (TBR) es que una empresa es un conjunto de recursos idiosincrásicos y capacidades (Wernerfelt, 1984); (Peteraf M., 1993). De igual manera, Acedo, Barroso, & Galan, (2006), mencionan que las teorías basadas en los recursos cuentan con un marco de trabajo teórico muy amplio que abarca varias corrientes de pensamiento diferentes, que cubren las teorías tradicionales, la teoría basada en el conocimiento (TBC), y la teoría de las capacidades dinámicas (TCD). La teoría basada en los recursos (TBR), describe la ventaja competitiva de la manera siguiente: las empresas son heterogéneas en lo que respecta a los recursos y

capacidades que poseen (Barney, 1991). A su vez, la ventaja competitiva de una empresa se basa en los recursos valiosos, raros, imperfectamente imitable y los recursos no sustituibles que posee, es decir, los atributos de algunos de los factores productivos, en este caso, los recursos, son más eficientes por lo tanto, son superiores a otros, y las empresas dotadas de estos recursos son capaces de producir más económicamente hablando y /o para satisfacer mejor las necesidades del cliente y así obtener mayores utilidades (Castanias & Helfat, 1991); (Spanos & Lioukas, 2001). Los recursos que contempla este enfoque son: los activos de la empresa, el conocimiento, las capacidades, los procesos y los atributos que permiten a la organización formular e implementar sus estrategias de una forma más eficaz y eficiente (Wernerfelt, 1995). Si bien, todas las teorías basadas en los recursos se centran principalmente en los recursos internos y en las capacidades de la empresa, también parece incluir el supuesto de que, entre empresas cooperativas las relaciones son una fuente de recursos y capacidades complementarias que se pueden utilizar para lograr una configuración óptima de los recursos (Grant & Baden-Fuller, 2004). Por otra parte, las teorías basadas en los recursos, ve a las alianzas como un vehículo para la adquisición de recursos, capacidades y conocimientos (Hamel, 1991). La razón principal detrás de la cooperación entre empresas desde la perspectiva basada en los recursos, es la potencial creación de valor proveniente de los recursos de las diferentes empresas así como de las capacidades que se ponen en común para crear una mayor ventaja competitiva sostenida.

La teoría de las relaciones

Aunque las teorías basadas en los recursos pueden explicar las razones de la cooperación en cierta medida entre las empresas, estas, han sido criticadas por centrarse demasiado en el valor de apropiación desde la perspectiva de la empresa individual (Gulati, Nohria, & Zaheer, 2000). Como parte de esta crítica, la primera teoría que explícitamente dirige la perspectiva de las relaciones sobre la ventaja competitiva es la teoría de las relaciones presentado por Dyer y Singh (1998). Esta teoría se refiere a las relaciones entre empresas y además, simultáneamente convertirse en una fuente de ventaja. Por lo tanto, la unidad de análisis no son los recursos o las capacidades de la empresa, son las relaciones entre las empresas. Dyer y Singh (1998) identifican cuatro fuentes de ventaja competitiva de las relaciones inter-organizacional:

- (1) La relación específica por los activos; (3) los recursos y capacidades complementarias
- (2) las rutinas de intercambio de conocimientos; (4) una autoridad eficaz.

La ventaja competitiva obtenida a través de estas fuentes, también se puede sostener porque las redes entre empresas ofrecen una gran cantidad de barreras a la imitación, como los activos inter-organizaciones de interconexión, la indivisibilidad de los recursos, y el entorno institucional.

La teoría de las relaciones llama la atención sobre la cooperación entre las empresas como una fuente de ventaja competitiva mediante la adopción de las relaciones entre empresas como unidad de análisis, se centra exclusivamente en el nivel de relación, que es su principal diferencia con respecto a las escuelas anteriores. Puede proporcionar un conjunto independiente de motivos que identifica la ventaja competitiva causada por las diferencias en los atributos de las propias relaciones y no, por ejemplo, en los recursos de una sola empresa (Molina & Dyer, 1999). Indiscutiblemente, que los argumentos recientes sobre la ventaja competitiva muestran, que esta, puede ser alcanzada mediante la cooperación entre empresas. La importancia estratégica de la cooperación y la formación de redes para la obtención de la ventaja competitiva también ha sido resaltada en la investigación y en la práctica (Ritala & Hanna-Kaisa, 2010).

Conocimiento

En esta era de la economía del conocimiento, lo que decide la ventaja comparativa de un país y la ventaja competitiva, es la competitividad del conocimiento, el cual se refiere a la capacidad de lograr crecimiento económico sostenido, basado en la producción, diseminación y aplicación del conocimiento, por medio de la innovación de conocimiento e innovación tecnológica (Zeng, 2009). Por lo tanto, la ventaja competitiva de un país, inevitablemente se reflejará en la ventaja del conocimiento. La expansión y la complejidad del conocimiento en la dinámica del ambiente competitivo, han hecho cada vez más difícil para una sola empresa contener y capitalizar todos los conocimientos relevantes (Pateli, 2009). De tal manera que las empresas se especializan y utilizan las relaciones inter empresariales y las redes para complementar su conocimiento (Das & Kumar, 2010). Por lo tanto, el aprendizaje debe de ser recíproco, donde el objetivo no es aprender lo que ya se sabía, si no, para desarrollar nuevos conocimientos e innovar (Lubatkin, Florin, & Lane, 2001). El conocimiento “Es un proceso humano dinámico de justificación de la creencia personal en busca de la verdad”. Y plantean que la información es el medio material necesario para extraer y construir el conocimiento (Nonaka, I; Takeuchi, H., 1999).

En este siglo XXI, las empresas deben competir en un desafiante contexto en el que destaca, el desarrollo tecnológico, la difusión de las tecnologías, el

desarrollo y la creación e importancia del uso del conocimiento (Hitt, Keats, & DeMarie, 1998). Por lo tanto, las empresas deben de buscar nuevas fuentes de ventaja competitiva. Es indiscutible que el conocimiento en determinadas condiciones, puede ser una fuente importante para mejorar el rendimiento de la ventaja competitiva (Grønhaug & Geir, 2007). Así mismo, los individuos y las empresas pueden adquirir conocimientos de diferentes maneras. Por ejemplo, valiosa información puede ser obtenida a través de la reflexión sobre sus propios juicios o decisiones, los fracasos y éxitos. Las empresas también pueden obtener conocimientos mediante la observación de otras empresas y tratando de aprender de sus experiencias. (Haveman, 1993). Por lo tanto, el conocimiento puede ser catalogado como un recurso estratégico, el cual, debería ser activamente administrado si se quiere proveer a las compañías con una ventaja competitiva sostenida. A diferencia de otros recursos, el valor crece con la persistencia en compartir e intercambiar el conocimiento (Henard & McFadyen, 2006). Algunos investigadores afirman que la acumulación del conocimiento contribuye a mejorar la ventaja competitiva de la empresa (Van Den Bosch, Baaij, & Volberda, 2005). Este entorno ha propiciado el cambio de los factores tradicionales de producción, los cuales solían ser el capital, la tierra o la mano de obra, a el único recurso significativo que puede conducir a la obtención de buenos resultados sociales y económicos y como consecuencia la obtención de una ventaja competitiva sostenida, y el cual es el conocimiento (Drucker, 1993). Es indudable, que lo anterior confirma que estamos en la economía del conocimiento, por lo tanto, obliga a que las organizaciones obtengan una ventaja competitiva sostenida mediante el conocimiento (Pillania, 2008). Las empresas deben generar y adquirir nuevo conocimiento como una ruta para la ventaja competitiva (Englhis, Solomon, Goldsmith, & Davey, 2005). De tal manera, que el conocimiento desempeña un papel fundamental en la formulación de las estrategias empresariales, como el único recurso que puede proporcionar ventaja competitiva sostenible (Rumelt R., 1974). Es decir, los conjuntos de conocimientos únicos se consideran determinantes para que la ventaja competitiva sea sostenida (Collins & Montgomery, 1995).

Innovación

Los cambios tecnológicos y las presiones de la competencia incrementa la necesidad de las empresas de adaptarse mejor al entorno e innovar (Brown & Eisenhardt, 1995). Las empresas que generan innovaciones serán más exitosas en responder a los cambios en el medio ambiente y desarrollar nuevas capacidades para lograr un mejor desempeño (Montes, Moreno, & Fernández, 2004).

The National Innovation Initiative en los Estados Unidos (NII) define a la innovación como:

“La intersección de la invención y la perspicacia, llevado hacia la creación de valor económico y social”. (Competitiveness, 2005). La innovación juega un papel más crucial en la competencia global de hoy, y es la principal fuente de competitividad de un país. Es decir, es el mayor diferenciador en la carrera competitiva (Roberts, 2007), y las compañías innovadoras han aprendido a sostenerse a sí mismas por largos periodos de tiempo. Una fuente de la innovación es el conocimiento, el cual es reconocido ampliamente como un activo estratégico que permite a las empresas a mantener competencias distintivas y descubrir las oportunidades de la innovación (Chen & Lin, 2004).

Esta es generada en un proceso interactivo en el cual varios especialistas participan en el intercambio, absorción y asimilación del conocimiento compartidos en un contexto social y físico. (Autio, Hameri, & Vuola, 2004). Es evidente que las organizaciones aprenden y crean innovaciones a través de compartir y combinar el conocimiento (Kogut & Zander, 1992).

De tal forma que, compartir el conocimiento contribuye a la innovación porque genera un conocimiento colectivo y genera sinergias benéficas, el cual mejora las existencias de conocimiento disponible en la empresa (Nonaka & Takeuchi, 1995). Adicionalmente, la innovación exitosa requiere una combinación y asociación del conocimiento reciente y el conocimiento existente. La innovación es un proceso social donde las elecciones estratégicas no son simples ya que, involucra el ejercicio del control de la comunicación del conocimiento (Scarbrough, 1995). De tal forma, que el conocimiento adquirido, permitirá a los individuos entonces a responder a las demandas del ambiente con nuevos e innovadores desempeños (Wang, Wang, & Horng, 2010). A su vez la literatura menciona que la estrategia de innovación ayuda a las empresas de tres maneras: Proporciona nuevas ofertas o experiencias que estimulan al cliente, mantenerse a la vanguardia de la competencia en el mercado y entrar en nuevos segmentos de mercado o la creación de nuevos negocios (Anthony, Johnson, & Eyring, 2004). La innovación continua es mencionada como el único factor endógeno que ofrece la posibilidad para todas las empresas de obtener y mantener una ventaja competitiva sostenida, aún en un ambiente de recursos limitados (Ren, Xie, & Krabbendam, 2010). La innovación es el resultado de un proceso interactivo de generación, difusión y uso del conocimiento (Bottazzi & Peri, 2003). Sin embargo, la mayoría de los investigadores se han centrado en las innovaciones tecnológicas y técnicas que corresponden a las innovaciones de productos y procesos (Lundvall, 1992).

Es indudable que la innovación juega un papel fundamental para obtener ventajas competitivas cruciales (Becheikh, Landry, & Amara, 2006). Además, las empresas más innovadoras y de mayor éxito han adaptado su enfoque en la gestión de la innovación debido a los cambios del entorno externo, en un intento de proteger o fomentar su ventaja competitiva (Ortt & Smits, 2006).

Metodología de investigación

El presente artículo emana de una investigación científica y tiene un diseño descriptivo- correlacional, ya que, describe al objeto de estudio y segundo porque determina la correlación que tienen las variables independientes con la variable dependiente ventajas competitivas en la cadena de valor de las empresas exportadoras de aguacate ubicadas en Uruapan Michoacán.

Universo

En esta investigación científica el universo de estudio está formado por los eslabones de la cadena de valor, viveristas, productores, empacadores y transportistas, representadas por los dueños, gerentes, administradores o el jefe de producción de las empresas exportadoras de aguacate ubicadas en Uruapan, Michoacán. Una vez identificado el universo se seleccionó la muestra representativa, en la cual se estableció un nivel de confianza del 95% y un nivel máximo de error del 5%.

Escala de Medición

La medición es el proceso de vincular conceptos abstractos con indicadores empíricos (Hernandez Sampieri & Fernandez, 2010). Para ello se necesita un instrumento de medición adecuado que registre los datos observables que representen verdaderamente los conceptos o variables de las que se están presentando, con el objeto de medir las variables que afectan las ventajas competitivas.

Escala de tipo Likert

Instrumento de medición se utilizó una escala tipo Likert¹, la cual es en estricto sentido, una medición ordinal, la cual “consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la

¹ Este método fue desarrollado por Rensis Likert a principios de los años treinta. Se trata sin embargo, de un enfoque vigente y bastante popularizado.

reacción de los sujetos. La escala para el cuestionario tiene cinco intervalos, los cuales van desde el valor mínimo 1 que corresponde al rango de muy bajo, 2 al rango de bajo, 3 mediano, 4 al rango de alto y 5 al rango de muy alto. También se agregó una pregunta complementaria a la escala Likert del cuestionario, en la parte derecha del mismo y consiste en preguntarle a la persona encuestada, que tan importante, (o sin importancia) tendría esa actividad para la empresa en la obtención o generación de ventajas competitivas para la empresa, independientemente de que no las realice (ver Imagen 2).



Resultados del estudio

Aspectos vitales posteriores a la elaboración del cuestionario son la medición de la confiabilidad y validez se dice que un cuestionario es confiable cuando mide con la misma precisión, da los mismos resultados, en sucesivas aplicaciones realizadas en situaciones similares (Santillana, 1998). La confiabilidad del instrumento de medición es 0.932, y las mediciones de la confiabilidad de las estudiadas son: innovación 0.942 y conocimiento 0.920

Tabla 2. Medición de la confiabilidad

Variable	Cuestionario aplicado	Innovación	Conocimiento
Alfa de Cronbach	.962	.942	.920

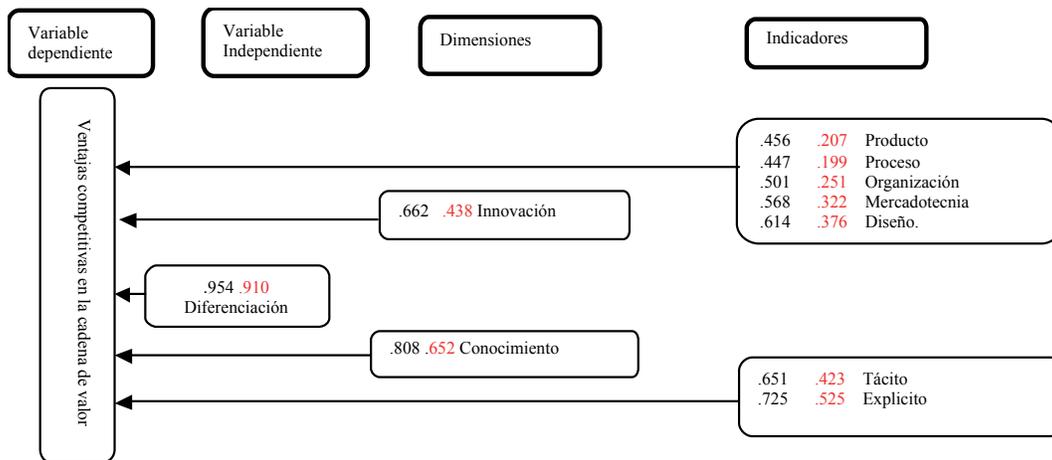
Fuente: Elaboración propia.

Índice de correlación de Spearman

El coeficiente de correlación de producto-momento de Spearman, se aplica a dos variables a nivel intercalar por lo menos, éste es un coeficiente de correlación

que indica con la mayor precisión cuándo dos cosas están correlacionadas, es decir, hasta qué punto una variación en una corresponde con una variación en otra, la figura 5 muestra el coeficiente de correlación de Pearson y determinación del modelo de variables.

Imagen 3. Correlación Spearman



Fuente: Elaboración propia con base en datos de investigación.

Resultados generales

El análisis de la dimensión de innovación arroja que tiene una media de 87.6 localizándose en el rango correspondiente a regular, sin embargo con una tendencia hacia el rango de alto tal y como se observa en la tabla 3, lo que indica que el nivel general de innovación desarrollado en todos los eslabones de la cadena de valor del aguacate es relativamente aceptable.

Tabla 3. resultados generales de innovación				
1) muy bajo	2) bajo	3) regular	4) alto	5) muy alto
27	48.6	70.2	91.8	113.4
			↑ 87.6	135

Fuente: Elaboración propia en base a la Investigación de campo.

Resultados conocimiento

El análisis de la información recopilada arroja que la media para la dimensión de conocimiento es de 69.9 (ver tabla 4) localizándose en la escala en el rango de regular, con una tendencia hacia el rango de alto. De manera general el conocimiento utilizado a lo largo de los eslabones de la cadena de valor del aguacate muestra una actividad regular, lo que se puede entender como una pequeña posibilidad de que se obtenga una ventaja competitiva a través de esta actividad.

Tabla 4. Dimensión conocimiento				
1) muy bajo	2) bajo	3) regular	4) alto	5) muy alto
22	39.6	57.2	74.8	92.4
			↑ 69.9	
Fuente: Elaboración propia en base a la Investigación de campo.				

Conclusiones

Las organizaciones aguacateras enfrentan una competencia masiva interna y externa y compiten por una mejor posición en el mercado y por sobrevivir, emplean técnicas conocidas, las rutinas son consagradas por el tiempo con hábitos basados en la experiencia. La toma de decisiones viene de los procesos sobre la base de las experiencias pasadas que da el trabajo, la confianza y el instinto. Hay un cuerpo sustancial de conocimientos en lo que respecta al concepto de innovación. La innovación y conocimiento son considerados en la literatura actual como las únicas fuentes de ventaja competitiva sostenida

Es importante, que las empresas de la cadena de valor del aguacate entiendan que el conocimiento y la innovación deben de ser administradas exitosamente, en estos tiempos en los cuales estas estrategias son obligatorias para sobrevivir y competir.

Es evidente que las compañías tienen diferentes capacidades para manejar el conocimiento y generar innovaciones, los cuales se transformen en la entrega de beneficios a los clientes

Es importante que las empresas comprendan, que cuando se innova un producto o servicio, se requieren tener un conocimiento claro de lo que el cliente quiere y está interesado y lo que espera, para que se obtengan beneficios mutuos

Es importante, que las empresas de la cadena de valor del aguacate entiendan que el conocimiento y la innovación deben de ser administradas exitosamente, en estos tiempos en los cuales estas estrategias son obligatorias para sobrevivir y competir. Las actividades destinadas a la innovación son pobres y esporádicas, por lo tanto los agentes deben considerar a estas actividades como prioritarias para ser más competitivo.

Un aspecto importante que aporta esta investigación es que la medición se realizó de las variables independientes, dependientes, dimensiones e indicadores, esto permite conocer el origen de los resultados del fenómeno investigado, ya que medir el impacto de los indicadores en las dimensiones y de estas en las variables independientes muestra con claridad su nivel de influencia.

Referencias

- Acedo, F., Barroso, C., & Galan, J. L. (2006). The resource-based theory: dissemination and main trends. *Strategic Management Journal*, 27 (7), 621-36.
- Agopecuaria, I. (12 de Febrero de 2008). *iMAGEN Agropecuaria.Com*. Recuperado el Marzo de 2008.
- Alderson, W. (1 de January de 1937). A marketing view of competition. *Journal of Marketing*.
- Anthony, S., Johnson, M., & Eyring, M. (2004). A Diagnostic for Disruptive Innovation. *Harvard Business School-Working Knowledge*.
- Autio, E., Hameri, A. p., & Vuola, O. (2004). A framework of industrial knowledge spillovers in big-science centers. *Research Policy*, 33 (1), 107-26.
- Bar-Eli, M., Galily, Y., & Israeli, A. (2008). Gaining and sustaining competitive advantage: on the strategic similarities between Maccabi Tel Aviv BC and FC Bayern München. *European Journal for Sport and Society*, 5 (1), 75-96.
- Barney, B. (1986). "Strategic Factor Markets: Expectations, Luck, and Business Strategy. *Management Science* (32), 1231-41.

- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.
- Becheikh, N., Landry, R., & Amara, N. (2006). Lessons from innovation empirical studies in the manufacturing sector: a systematic review of the literature from 1993-2003. *Technovation*, 26, 644-64.
- Bell, D. (2004). Grocery and food Service Trends. *National Farm Products* .
- Bonales, J., & Sánchez, M. (2003). *Competitividad de las empresas exportadoras de aguacate*. Morelia, MICHOACÁN, MÉXICO: UMSNH.
- Bottazzi, L., & Peri, G. (2003). "Innovation and spillovers in regions: evidence from European patent data". *European Economic Review*, Vol. 47 (4), 687-710.
- Brown, S. L., & Eisenhardt, K. M. (1995). Product development: past research, present findings. *Academy of Management Review*, 20 (2), 343-78.
- Castanias, R., & Helfat, C. E. (1991). Managerial resources and rents. *Journal of Management*, 17 (1), 155-71.
- Chen, C., & Lin, B. (2004). The effects of environment, knowledge attribute organizational climate, and firm characteristics on knowledge sourcing decisions. *R&D Management*, 34 (2), 137-46.
- Cheney, S., & Jarrett, L. (2002). Up-front excellence for sustainable competitive advantage. (E. Host, Ed.) *Training and Development*, 4.
- Collins, D., & Montgomery, C. (1995). "Competing on Resources: Strategy in the 1990". *Harvard Business Review*, July-August, 118-129.
- Competitiveness, C. o. (2007). *Competitiveness Index, Where America Stands*. Washington D.C.: Council of Competitiveness.
- Daft, R. (1983). *Organization theory and design*. New York: West.
- Das, T., & Kumar, R. (2010). Interpartner sensemaking in strategic alliances. *Management Decision*, 48 (1), 17-36.
- Drucker, P. (1993). *Post-Capitalist Society*. New York: Harper Business.
- Dyer, J., & Singh, H. (1998). The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of International Competitive Advantage. *Academy of Management Review*, 23 (4), 660-679.
- Englhis, B., Solomon, M., Goldsmith, M., & Davey, M. (2005). Knowledge management as competitive advantage: lessons from the textile and apparel value chain. (E. G. Limited, Ed.) *JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT*, 9 (2), 91-102.

- Ghemawat, P. (1986). Sustainable Advantage. *Harvard Business Review*, 5 (64), 53-58.
- Grant, R., & Baden-Fuller, C. (2004). A knowledge accessing theory of strategic alliances. *Journal of Management Studies*, 41 (1), 61-84.
- Grimm, C., Lee, H., & Smith, K. (2006). *Strategy as action: Competitive Dynamics and Competitive Advantage*. Oxford New York: Oxford University Press Inc.
- Grønhaug, K., & Geir, O. G. (2007). Can theoretical knowledge and application yield competitive advantage? (E. G. Limited, Ed.) *Marketing Intelligence & Planning*, 25 (3), 232-240.
- Gulati, R., Nohria, N., & Zaheer, A. (2000). Strategic networks. *Strategic Management Journal*, 21 (3), 203-15.
- Hamel, G. (1991). Competition for competence and inter-partner learning within international strategic alliances. *Strategic Management Journal*, 12, 83-103.
- Haveman, H. (1993). Follow the leader: mimetic isomorphism and entry into new markets. *Administrative Science Quarterly*, 38 (4), 593-627.
- Henard, D., & McFadyen, M. (2006). R&D KNOWLEDGE IS POWER. (A. Global, Ed.) *Research Technology Management*, 49 (3), 41.
- Hernandez Sampieri, R., & Fernandez, C. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hitt, M. A., Keats, B. A., & DeMarie, S. M. (1998). Navigating in the new competitive landscape: Building strategic flexibility and competitive advantage in the 21st century. *Academy of Management Executive*, 12, 22-42.
- Hoskinsson, R., Hitt, M. A., Wan, W. P., & Yiu, D. (1999). Theory and research in strategic management: swings of a pendulum. *Journal of Management*, 25 (3), 417-56.
- Kogut, B., & Zander, U. (1992). Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology. *Organization Science*, 3 (3), 383-398.
- Lubatkin, M., Florin, J., & Lane, P. (2001). Learning together and apart: a model of reciprocal interfirm learning. *Human Relations*, 54 (10), 1353-65.
- Lundvall, B. (1992). National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning. *Frances Printer*.
- Mahoney, J., & Pandian, J. R. (1992). The resource-based view within the conversation of strategic management. *Strategic Management Journal*, 13 (5), 363-80.

- Molina, J., & Dyer, J. H. (1999). On the relational view/response to relational view commentary. *Academy of Management Review*, 24 (2), 184-6.
- Montes, F. J., Moreno, A. R., & Fernández, L. M. (2004). Assessing the organizational climate and contractual relationship for perceptions of support for innovation. *International Journal of Manpower*, 25 (2), 167-80.
- Morales, M., & Pech, J. L. (2000). Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Revista de Contaduría y Administración* (197), 48-50.
- Naamani, G. (2007). Agrexco Tel-Aviv, Israel.
- Nations, United. (19 de February de 2007). GLOBAL VALUE CHAINS FOR BUILDING NATIONAL PRODUCTIVE CAPACITIES. *TRADE AND DEVELOPMENT BOARD*, 4.
- Noguera, J., & Pecchechino, R. (2007). "OPEC and the international oil market: can a cartel fuel the engine of economic development. *International Journal of Industrial Organization*, 25 (1), 187-99.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). "The Knowledge-creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation. *Oxford University Press*.
- Nonaka, I; Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora de conocimiento; como las compañías japonesas crean la dinámica de la innovación*. Ciudad de México, México: Oxford University Press.
- O'Shannassy, T. (2008). Sustainable competitive advantage or temporary competitive advantage :Improving understanding of an important strategy construct. (E. G. Limited, Ed.) *Journal of Strategy and Management*, 1 (2), 168-180.
- Ortt, J., & Smits, R. (2006). Innovation management: different approaches to cope with the same trend. *International Journal of Technology Management*, 34, 296-318.
- Pateli, A. (2009). Decision making on governance of strategic technology alliances. *Management Decision*, 47 (2), 246-70.
- Peteraf, M. (1993). The cornerstones of competitive advantage: a resource-based perspective. *Strategic Management Journal*, 14 (3), 179-91.
- Pillania, R. (2008). New Knowledge Creation Scenario in Indian Industry. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 6 (3), 49-57.
- Porter, H. (2005). Detecting collusion. *Review of Industrial Organization*, 26 (2), 147-67.

- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage* (Vigésima reimpresión ed.). (F. Press, Ed.) México: Editoreal Continental.
- Ren, L., Xie, G., & Krabbendam, K. (2010). Sustainable competitive advantage and marketing innovation within firms A pragmatic approach for Chinese firms. *Management Research Review*, 33 (1), 79-89.
- Ritala, P., & Hanna-Kaisa, E. (2010). Competitive advantage in interfirm cooperation: old and new explanations. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 20 (5), 367-383.
- Roberts, E. B. (2007). Managing invention and innovation. *Research Technology Management*, 49 (1), 35-54.
- Rumelt, R. P. (2003). What in the World is Competitive Advantage? *Policy Working Paper*, 5.
- Rumelt, R. (1974). Strategy, Structure and economic performance. *Harvard Business School, Cambridge MA*.
- Sánchez, G. (2007). *El Cluster del Aguacate en Michoacán*. Uruapan, Michoacán, México: Fundación Produce Michoacán.
- Santillana. (1998). *Diccionario de las Ciencias de la Educación* (Undécima edición ed.). México: Editoreal Santillana.
- Scarbrough, H. (1995). Blackboxes. Hostages and Prisoners. *Organization Studies*, 991-1019.
- Spanos, Y., & Lioukas, S. (2001). An examination into the causal logic of rent generation contrasting Porter's competitive strategy framework and the resource-based perspective. *Strategic Management Journal*, 22 (10), 907-34.
- Teece, D. (1984). Economic analysis and strategic management. *California Management Review*, 26 (3), 87-110.
- Tirole, J. (2003). *The Theory of Industrial Organization*. Cambridge, MA.: MIT Press.
- Van Den Bosch, F., Baaij, M., & Volberda, H. (April de 2005). How Knowledge accumulation changed the competitive advantage of strategy consulting firms. (D. o. Environment, Ed.) *ERIM Report Series Research in Management*.
- Venegas, B., & Loredó, N. (2008). El empleo de la cadena de valor en la búsqueda de la competitividad.
- Walters, D., & Rainbird, M. (2007). Cooperative innovation: a value chain approach. *Journal of Enterprise Information Management*, 20 (5), 595-607.

- Wang, Y.-L., Wang, Y.-D., & Horng, R.-Y. (2010). Learning and innovation in small and medium enterprises. (E. G. Limited, Ed.) *Industrial Management & Data Systems*, 110 (2), 175-192.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5 (2), 171-80.
- Wernerfelt, B. (1995). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5, 171-80.
- Zeng, Z. (2009). The comparison of innovation activities and international trade effect in China and Japan in the era of knowledge economy Empirical research on patents as an example. (E. G. Limited, Ed.) *Journal of Chinese Economic and Foreign Trade Studies*, 2 (3), 211-228.

Importancia del Estudio Clima Organizacional en Personal Académico del Departamento de Negocios Centro Universitario de la Ciénega

MARIA LUISA VILLASANO JAIN

Universidad de Guadalajara Centro Universitario de la Ciénega

MA. DE LOS ÁNGELES OCHOA CEDEÑO

Universidad de Guadalajara Centro Universitario de la Ciénega

MARIA SUSANA COLIN HERRERA

Universidad de Guadalajara Centro Universitario de la Ciénega

Resumen

En la presente investigación se lograra hacer énfasis en la importancia del clima laboral favorable dentro de las organizaciones, tomar conciencia de los beneficios que brinda esta estrategia que se ha desarrollado por los expertos en el campo del desarrollo organizacional y que influye para una correcta gestión. Ya que proporciona información precisa, útil y oportuna para los directivos, con la cual pueden obtener una retroalimentación por parte de su personal con respecto a la institución en general como son su estructura, responsabilidades, recompensas, estándares de desempeño, cooperación, apoyo, conflicto e identidad hacia la institución.

El objetivo de la investigación fue realizar un estudio del clima organizacional en el personal académico del departamento de negocios del Centro Universitario de la Ciénega, en el año 2017 menciona que: “El clima organizacional se refiere a las percepciones

compartidas por los miembros de una organización respecto al trabajo, el ambiente físico en que éste se da, las relaciones interpersonales que tienen lugar en torno a él y las diversas regulaciones formales que afectan dicho trabajo” (pág. 161).

Para ello, se implementó la metodología propuesta por (Deza, 2011) La cual tiene base en el cuestionario elaborado por Litwin y Stringer en 1968 y modificado en el año 2001 por Echezuria y Rivas (que introdujeron 3 ítems más). La cual permite explorar aspectos tales como: estructura, responsabilidad, recompensa, riesgo, relaciones/calor, estándares de desempeño, cooperación, apoyo, conflicto e identidad.

Palabras Clave: *clima laboral, académicos, universidad, estudio*

Abstract

In the present investigation, emphasis will be placed on the importance of a favorable work environment within organizations, to become aware of the benefits of this strategy that has been developed by experts in the field of organizational development and that influences correct management. As it provides accurate, useful and timely information for managers, with which they can obtain feedback from their staff regarding the institution in general such as structure, responsibilities, rewards, performance standards, cooperation, support, conflict and identity towards the institution.

The objective of the research was to carry out a study of the organizational climate in the academic staff of the business department of the University Center of Ciénega, in the year 2017. (Rodríguez D., 2005) mentions that: “The organizational climate refers to the perceptions shared by members of an organization regarding work, the physical environment in which it occurs, the interpersonal relationships that take place around it, and the various formal regulations that affect said work “(page 161).

For this, the methodology proposed by (Deza, 2011) was implemented. This is based on the questionnaire prepared by Litwin and Stringer in 1968 and modified in 2001 by Echezuria and Rivas (who introduced 3 more items). Which allows to explore aspects such as: structure, responsibility, reward, risk, relationships / heat, performance standards, cooperation, support, conflict and identity.

Keywords: *work climate, academics, university, study*

Introducción

Hoy en día, es necesario estar monitoreando el clima organizacional periódicamente en las organizaciones, ya que servirá como referente para conocer el impacto que tiene en sus usuarios internos, comprobando por medio de los datos obtenidos mediante el cuestionario y haciendo el análisis de los mismos, con el fin de detectar las fortalezas y las áreas de oportunidad en los distintos factores que mide el instrumento que se propone. De tal forma que se generen indicadores para identificar los aspectos que podrían estar influyendo en sus motivaciones, su comportamiento y en su desempeño laboral.

Los estudios de clima organizacional son un factor determinante, contribuyen al logro de las metas que han sido trazadas previamente y son una herramienta valiosa con la que cuentan los directivos de las organizaciones para el éxito de su gestión.

Durante el desarrollo del trabajo de investigación se superaron las expectativas que se plantearon al inicio de la misma, los expertos tanto en las áreas de recursos humanos y de administración estuvieron dispuestos para revisar el instrumento de medición y hacer las observaciones pertinentes para garantizar las mejoras del cuestionario y adecuarlo al contexto del centro universitario.

Los profesores que participaron en el pilotaje, colaboraron ampliamente y permitieron que la versión final cumpliera con el objetivo que se planteó en cada apartado y que se redactara de una manera clara, debido a las distintas áreas de formación de cada uno de los profesores.

Establecimiento del Problema

La definición del clima organizacional introducido por Litwin y Stringer, citado por (Brito & Jiménez, 2009) menciona que: “Es el conjunto de propiedades medibles dentro del ambiente de trabajo, percibido directamente o indirectamente por la gente que vive y trabaja en ese ambiente y que se supone influye en sus motivaciones y comportamientos laborales” (pág. 74).

Las instituciones de educación superior cada vez más conscientes y preocupadas por ofrecer un sistema integral de calidad tanto a sus usuarios internos como a los usuarios externos, en los últimos años ha surgido el interés de hacer la medición en lo que se refiere al tema que se abordó en esta investigación referente al impacto que tiene el clima organizacional en sus usuarios internos.

Es necesario estar monitoreando el clima organizacional periódicamente para mantener un ambiente positivo dentro de la institución, por medio de los resultados que arroje el estudio, con el fin de detectar las fortalezas y las áreas de oportunidad en los distintos factores que mide el instrumento que se utilizó en el desarrollo de la investigación sobre el estudio del clima organizacional en el personal académico del departamento de negocios del Centro Universitario de la Ciénega.

Los estudios de clima organizacional ofrecen la oportunidad de una mejora continua y se consideran como ventaja competitiva ya que contribuyen para la correcta gestión del recurso humano con que cuenta no solo este departamento, si no en general del centro universitario.

El estudio del clima organizacional en el Centro Universitario de la Ciénega, es una tarea que debe ser realizada continuamente para que con esos resultados se pueda analizar cómo ve su personal a la institución en la que trabaja y poder detectar oportunidades de mejora si las hay en las áreas de: liderazgo, trabajo en equipo, comunicación, calidad, toma de decisiones, solución de problemas, aprendizaje, motivación y por ende la influencia en la eficiencia referente al desempeño de este centro universitario principalmente en la satisfacción de sus miembros, lo que llevara a la consecución de las metas fijadas.

Actualmente el centro universitario no cuenta con estudios para el caso de la medición del clima organizacional en el personal académico, si bien se realiza con el personal administrativo, no se cuenta con antecedentes de estudios que permitan conocer cuál es la situación actual del personal académico, para conocer como es su percepción referente al centro universitario, en las distintas dimensiones que se proponen, que a continuación se mencionan con el fin de determinar las fortalezas y las oportunidades de mejora.

En este sentido, se planteó la necesidad de conocer como es el clima organizacional, ya que permite explorar aspectos como: estructura, responsabilidad, recompensa, riesgo, relaciones/calor, estándares de desempeño, cooperación, apoyo, conflicto e identidad siguiendo la metodología propuesta por (Deza, 2011) la cual fue elaborada con base en el cuestionario elaborado por Litwin y Stringer en 1968 y modificado en el año 2001 por Echezuria y Rivas (que introdujeron 3 ítems más).

El cuestionario se adaptó al contexto del Centro Universitario de la Ciénega y se agregaron las variables socio-demográficas en la parte superior

del cuestionario como son: género, formación académica, antigüedad, tipo de asignación, edad y sede a la que pertenecen y carrera a la que imparten clase.

Objetivo General

- a) Conocer cómo es el clima organizacional que prevalece en los profesores del Departamento de Negocios del Centro Universitario de la Ciénega, con el fin de identificar las fortalezas y las oportunidades de mejora en el año 2017.

Objetivos Específicos

- a) Identificar cuáles son las dimensiones con más crédito que mide el cuestionario de clima laboral que son: estructura, responsabilidad, recompensa, riesgo, relaciones/calor, estándares de desempeño, cooperación, apoyo, conflicto e identidad entre los profesores que conforman el Departamento de Negocios del Centro Universitario de la Ciénega.
- b) Identificar las diferencias en la percepción del clima organizacional entre los profesores que pertenecen al departamento de Negocios, que imparten clase en las distintas carreras que oferta del Centro Universitario de la Ciénega.
- c) Determinar si el nombramiento académico de los profesores es un factor importante que influye en la percepción que se tiene del clima organizacional en el Departamento de Negocios Centro Universitario de la Ciénega.

Preguntas de Investigación

- ¿Cómo es el clima organizacional que prevalece en los profesores del departamento de Negocios del centro universitario de la Ciénega, con el fin de identificar las fortalezas y las oportunidades de mejora?
- ¿Existe diferencia de la percepción de clima organizacional entre las distintas carreras a las cuales imparten clase los profesores del departamento de Negocios? ¿Cambia la percepción entre los profesores hombres y las mujeres? ¿Cómo lo perciben los profesores de tiempo completo y cómo los profesores de asignatura? ¿Hay diferencia entre la percepción del clima organizacional entre la sede de Ocotlán? ¿Cómo lo perciben

los profesores de nuevo ingreso y los que tienen una mayor antigüedad en el Centro Universitario de la Ciénega?

Técnicas para el Diagnóstico del Clima Organizacional

En este estudio se utilizó el cuestionario elaborado por Litwin y Stringer (1968) y modificado en el año 2001 por Echezuria y Rivas (que introdujeron 3 ítems más), el cual está estructurado en 9 dimensiones: estructura, responsabilidad, recompensa, riesgo, relaciones/calor, estándares de desempeño, cooperación, apoyo, conflicto e identidad y que consta de 53 ítems. Deza, M. (2011). Es un cuestionario de auto aplicación que evalúa además las variables socio-demográficas como son: género, formación académica, antigüedad, tipo de asignación, edad, sede a la que pertenecen y carrera a la que imparten los profesores que participaron en el estudio los cuales pertenecen al departamento de comunicación y psicología que integran la división de estudios jurídicos y sociales.

El clima organizacional está formado por varias variables, lo importante es encontrar un cuestionario que contemple las dimensiones que se requieren medir y de esta manera serán más eficaces los resultados. (Hesse, Gómez, & Bonales, 2010).

Factores y Dimensiones del Clima Organizacional

Según Litwin y Stringer, las dimensiones que conforman el clima organizacional son las siguientes: estructura, responsabilidad, recompensa, riesgo, relaciones/calor, estándares de desempeño, cooperación, apoyo, conflicto e identidad y: (Acosta & Venegas, 2010) y (Rodríguez, 2005) las definen como:

Estructura. Está vinculada con las reglas organizacionales, los formalismos, las obligaciones, políticas, jerarquías y regulaciones. Los canales formales dentro de la organización y comprende los reglamentos y normas que la organización establece.

Responsabilidad. Es la percepción del individuo sobre ser su jefe, teniendo un fuerte compromiso con el trabajo y tomar las decisiones por sí mismo. También se refiere al grado en que se percibe la autonomía y la responsabilidad que la organización le otorga a su personal.

Recompensa. Sistema de remuneraciones monetarias y no monetarias que la organización ofrece al personal por el trabajo bien hecho, algunas podrían ser promoción y formación.

Riesgo. Representa la oportunidad de nuevos retos y desafíos que se presentan en el trabajo, la toma decisiones.

Calor. Es la percepción por parte del personal de la organización que se tiene la existencia de un ambiente de trabajo agradable y de buenas relaciones sociales en todos los niveles como son; entre pares, entre jefes y subordinados.

Apoyo. Es el sentimiento sobre la existencia de un espíritu de ayuda de parte de los directivos y de los pares, son las percepciones que se tienen sobre sentirse apoyados por su grupo de trabajo.

Estándares de desempeño. Percepciones sobre las normas de desempeño y orientan la mejora del desempeño laboral.

Conflicto. Percepción que se tiene sobre el nivel de tolerancia al conflicto que se puede presentar en la organización donde pares como superiores, aceptan las opiniones y no temen enfrentar y solucionarlos.

Identidad. Percepción sobre el grado de la pertenencia de identificación con la organización, compartiendo los objetivos personales con los organizacionales.

Metodología

Esta sección se organiza en las siguientes áreas: Diseño y tipo de estudio por realizar, hipótesis de la investigación, población, criterios de inclusión y exclusión, entorno, variables del estudio, intervenciones, análisis estadístico, fuentes para la obtención de la información, procesamiento de la información, estudio y discusión de los resultados.

Investigación de enfoque cuantitativo, se utilizó un diseño no experimental transversal de alcance exploratorio y descriptivo.

De acuerdo a la investigación cuantitativa, según (Sampieri, Fernández, Baptista 2017) el enfoque cuantitativo “Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”.

Investigación Exploratoria: Se realiza cuando el objetivo consiste en examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes:

- Investigan problemas poco estudiados.
- Indagan desde una perspectiva innovadora.
- Preparan el terreno para nuevos estudios.

Según (Sampieri, Fernández, Baptista, 2017) El diseño no experimental transversal, es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables, es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

Investigación Descriptiva: Se emplea cuando el objetivo es el de detallar cómo son y cómo se manifiestan fenómenos, situaciones, contextos y eventos. Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para describir lo que se investiga. Describe tendencias de un grupo o población.

- Consideran a un fenómeno y sus componentes.
- Miden conceptos.
- Definen variables.

Es una investigación no experimental de diseño transversal, porque el cuestionario sirvió para conocer la percepción del clima organizacional que impera al interior del departamento de Negocios del Centro Universitario de la Ciénega en el 2017. Sin importar por cuánto tiempo mantendrán esta característica ni tampoco cuando la adquirieron, ya que la obtención de los datos se realizó una sola vez con corte de tiempo a diciembre del 2017, a través de un sólo instrumento de medición cuyo cuestionario que se utilizó fue elaborado por Litwin y Stringer en 1968 y modificado en el año 2001 por Echezuria y Rivas (que introdujeron 3 ítems más). el cual está estructurado en 9 dimensiones: estructura, responsabilidad, recompensa, riesgo, relaciones/calor, estándares de desempeño, cooperación, apoyo, conflicto e identidad y que consta de 53 ítems. (Deza, 2011). Es un cuestionario de auto aplicación y evalúa además las variables que se le incorporaron en esta versión como son las variables socio-demográficas, género, formación académica, antigüedad, tipo de asignación, edad, sede a la que pertenecen y carrera a la que imparten clase.

El tipo de estudio que se realizó para conocer el clima organizacional en el personal académico del Departamento de Negocios del Centro Universitario de la Ciénega es de tipo descriptivo y exploratorio, ya que buscó especificar las propiedades de un grupo, que en este caso pretende conocer como son valoradas las dimensiones que conforman la noción de clima organizacional.

Población:

El universo de estudio objeto de esta investigación estuvo constituida por 62 profesores que se encuentran adscritos al Departamento Negocios del Centro Universitario de la Ciénega en la sede de Ocotlán, y que imparten clases en las distintas licenciaturas que oferta el centro universitario de la Ciénega en el ciclo escolar 2017 “B”.

El cuestionario fue elaborado por Litwin y Stringer (1968) y modificado en el año 2001 por Echezuria y Rivas (que introdujeron 3 ítems más), las preguntas tienen una estimación en escala Likert de 4 puntos, con alternativas de respuesta en opción múltiple. Las categorías de respuesta lo componen: Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo. Mide nueve variables, las cuales se mencionan a continuación (Deza, 2011).

Resultados:

Tabla 1: Variables del Estudio

VARIABLES	INDICADOR	ÍTEMS
Estructura	La percepción de los trabajadores acerca de las limitaciones que hay en el grupo, se refieren a cuántas reglas, reglamentos y procedimientos, trámites y otras limitaciones.	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Responsabilidad	Percepción de los trabajadores sobre su autonomía en la toma de decisiones.	11,12,13,14,15,16,17
Recompensa	Percepción de los trabajadores sobre la recompensa recibida por su trabajo.	18,19,20,21,22,23

Continúa

VARIABLES	INDICADOR	ÍTEMS
Riesgo	Percepción en cuanto al sentimiento que poseen los trabajadores de los desafíos que se le imponen. ¿Se insiste en correr riesgos calculados o es preferible no arriesgarse en nada?	24,25,26,27,28
Relaciones/Calor	Sentimiento general de la percepción de los miembros de la empresa sobre la posibilidad de un ambiente de trabajo grato y buenas relaciones sociales.	29,30,31,32,33
Estándares de desempeño	Percepción del empleado sobre las normas de rendimiento de la empresa.	34,35,36,37,38,39
Cooperación/ Apoyo	Percepción de los trabajadores sobre la presencia de un espíritu de ayuda dentro de la organización; desde arriba y desde abajo.	40,41,42,43,44
Conflicto	El sentimiento de que los jefes y los colaboradores quieren oír diferentes opiniones; el énfasis en que los problemas salgan a la luz y no permanezcan escondidos o se disimulen.	45,46,47,48,49
Identidad	Sentimiento de pertenencia de los Trabajadores hacia la organización.	50,51,52,53

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2: Resultado de las Variables de Estudio

DIMENSIÓN	MENCIÓN	PORCENTAJE
Estructura	17	19.54%
Responsabilidad	14	16.09%
Recompensa	32	36.78%
Riesgo	7	8.04%

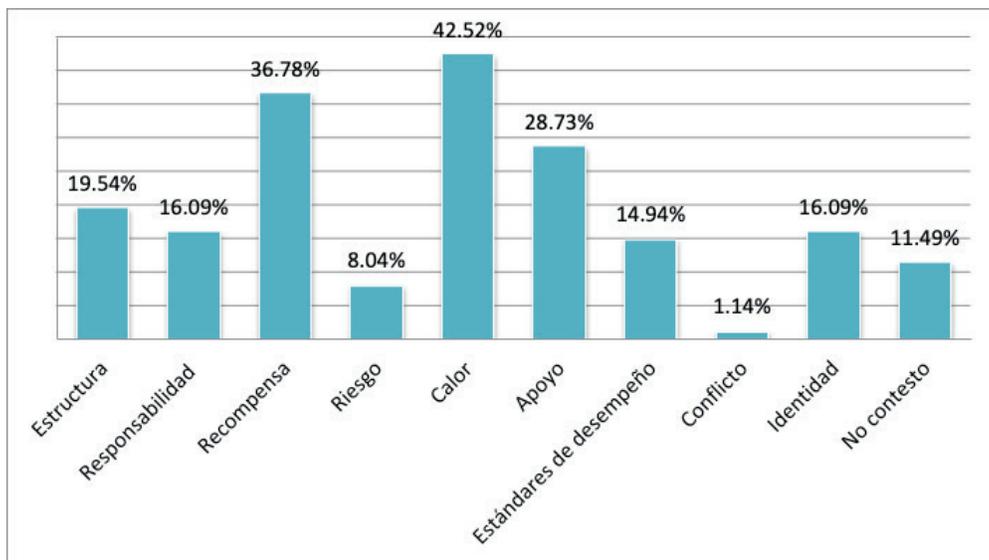
Continúa

DIMENSIÓN	MENCIÓN	PORCENTAJE
Calor	37	42.52%
Apoyo	25	28.73%
Estándares de desempeño	13	14.94%
Conflicto	1	1.14%
Identidad	14	16.09%
No contesto	10	11.49%

Fuente: Elaboración propia.

En esta tabla se puede observar las menciones que hicieron los profesores a cada una de las nueve dimensiones que proponen Litwing y Stringer en su teoría sobre la medición del clima organizacional, también se puede observar el porcentaje, que corresponde a los 70 profesores que participaron en el censo para el estudio del clima organizacional en el departamento de Negocios del Centro Universitario de la Cenega de la Universidad de Guadalajara.

Gráfica 1: Dimensiones del Clima Organizacional



Fuente: Elaboración propia.

En este gráfico se puede observar que las tres dimensiones que los profesores mencionaron como prioritarias para la mejora del clima organizacional son: Calor con un 42.52 %, Recompensa con un 36.78 % y Apoyo con un 28.73 %.

Cabe señalar que las otras dimensiones que obtuvieron menor puntaje no se pueden descartar para lograr un mejor clima organizacional, ya que también forman parte de la investigación y se pueden utilizar los presentes resultados.

En seguida se presenta la definición para las tres dimensiones prioritarias.

Calor. Es la percepción por parte de los miembros de la empresa acerca de la existencia de un ambiente de trabajo grato y de buenas relaciones sociales tanto entre pares como entre jefes y subordinados.

Recompensa. Corresponde a los estímulos recibidos por el trabajo bien hecho. Es la medida en que la organización utiliza más el premio que el castigo.

Apoyo. Es el sentimiento sobre la existencia de un espíritu de ayuda de parte de los directivos y de otros empleados del grupo.

En cuarto lugar con un 19.54% que se refiere a la percepción de los trabajadores acerca de las limitaciones que hay en el grupo, referente a reglamentos, procedimientos, trámites y otras limitaciones.

Posterior con un 16.09% se posicionan las dimensiones de Responsabilidad e Identidad, correspondiendo a la primera como la percepción de los trabajadores sobre su autonomía en la toma de decisiones, y la segunda sentimiento de pertenencia de los trabajadores hacia la organización.

Cabe señalar que el 11.49 % no contestaron la encuesta por diversas situaciones ajenas al departamento.

Con un 8.04%, corresponde a la variable de Riesgo, percepción en cuanto al sentimiento que poseen los trabajadores de los desafíos que se le imponen. ¿Se insiste en correr riesgos calculados o es o es preferible no arriesgarse en nada?, de acuerdo a los porcentajes anteriores podemos observar que este supuesto se considera de menor valor.

En tanto con un 1.14%, corresponde a la dimensión de Conflicto, el sentimiento de que los jefes y los colaboradores quieren oír diferentes opiniones; el énfasis en que los problemas salgan a la luz y no permanezcan escondidos o se disimulen, su porcentaje prácticamente es menor.

Conclusión

Hoy en día, los centros de trabajo es donde se invierte la mayor parte de tiempo, conviviendo con compañeros de trabajo, por lo anterior es de suma importancia que el Recurso más importante de nuestra área laboral, goce de un clima laboral satisfactorio, donde puede desarrollarse integralmente. Referente a los resultados mostrados, se puede denotar, que el clima organizacional permite medir la forma en cómo es percibida la organización de una manera holística por parte de sus colaboradores internos, midiendo cada una de las nueve variables a las que hace referencia la teoría de Litwing y Stringer como son: estructura, responsabilidad, recompensa, riesgo, calor, apoyo, estándares de desempeño, conflicto e identidad, cabe señalar que no existe ponderaciones en cuanto a las dimensiones, es decir todas tienen el mismo valor. Por lo tanto es necesario que las instituciones estén monitoreando periódicamente el clima organizacional ya que este, repercute en las motivaciones y necesidades del recurso más importante en una organización, el recurso humano, ya que puede llegar a tener repercusiones en su comportamiento, y puede afectar aspectos como son la productividad, el compromiso, la satisfacción, la adaptación al cambio, la creatividad e innovación, entre otras.

Una vez que se tienen las percepciones de la organización en general, la administración contará con la información necesaria que le permitirá crear estrategias de intervención y programas de mejora en el ámbito del desarrollo organizacional para influir de manera positiva en el desempeño de los colaboradores de la organización y por consiguiente garantizar el éxito de la organización en general, ya que recordando el recurso humano es lo más importante con lo que cuenta la organización para alcanzar sus metas.

Referencias

Libros:

- Gorbaneff, Y. (2007). Problemas, experimentos, juegos de roles para el pensamiento administrativo. España: U. Javeriana.
- McGregor, D. (1960). El lado humano de las organizaciones. México: McGraw-hill / Interamericana de México.
- Neffa, J. (2002). ¿Que son las condiciones y medio ambiente de trabajo? Buenos Aires, Argentina. Editorial Hvmanitas.
- Newstrom. J.W. (2011). Comportamiento humano en el trabajo. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V.

Sampieri, Fernández, Baptista (2017) Metodología de la Investigación, México: McGraw-Hill/ Interamericana de México.

Artículos en Revistas Académicas: Investigación en Psicología Educativa.

Acosta, B. y Venegas, C. (2010). Clima Organizacional en una empresa cervecera: un estudio exploratorio. Revista de Investigación en Psicología, 13,163-172.

Disponible en: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/investigacion_psicologia/v13_n1/pdf/a10.pdf

García, Mónica (2009) Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una aproximación Conceptual. Cuadernos de administración. Universidad del valle. no. 42. Jul - diC 2009. [fecha de consulta: 30 de junio del 2014]. Disponible en: https://campusvirtual.univalle.edu.co/moodle/pluginfile.php/458247/mod_resource/content/1/SESION%2012%20CLIMA%20ORGANIZACIONAL.pdf.

Tesis

Cuellar, H. (2001). Las influencias de las actitudes del personal para el mejoramiento del clima organizacional del CUCI. Universidad de Guadalajara, Jalisco, México.

González, C. (2005). Análisis de Clima Organizacional con los trabajadores administrativos del CUCI. Universidad de Guadalajara, Jalisco, México.

Satisfacción en la Atención del Cliente: Caso de una Microfinanciera

SACRAMENTO CRUZ DORIANO

Instituto Tecnológico Superior de Calkini en el Estado de Campeche

MARÍA TERESITA DE JESÚS CHI CHAN

Instituto Tecnológico Superior de Calkini en el Estado de Campeche

ANNIE VIGELMI CASTELLANOS HERRERA

Instituto Tecnológico Superior de Calkini en el Estado de Campeche

Resumen

La microfinanciera, objeto de estudio, se dedica a dar préstamos económicos a cambio de un documento de propiedad o prenda dejada en garantía y créditos de todo tipo, debido al incremento en el número de clientes, demuestra un auge y crecimiento continuo, contando en promedio con la creación de una sucursal por año. Este tipo de negocios que han encontrado un nicho de mercado, presentan problemas de competencia, por tal motivo resulta de vital importancia conocer las diversas expectativas de sus clientes y verificar el grado de satisfacción y preferencia de éstos.

Esta investigación se enfoca en conocer cuál es la perspectiva del cliente, cuales son los aspectos principales en los que se debe poner principal atención, para obtener un adecuado nivel de satisfacción del cliente y que nos permita determinar el nivel de aceptación del servicio que se está brindando, verificar que los servicios se estén realizando adecuadamente e implementar estrategias que impidan que los clientes lleguen a endeudarse y pierdan sus prendas.

Se identificó que las personas que más solicitan los créditos provienen de Kanasin con un 14.6% y que el 35.3% son amas de casa entre los 40 y 69 años de edad, con ingresos mensuales entre \$3000 y \$5000, los cuales el 48.85% de las personas lo utilizan para gastos del hogar y el 19.8% para urgencias médicas.

Palabras Clave: *préstamos económicos, satisfacción del cliente, servicio de atención.*

Abstract

The microfinance company, object of study, is dedicated to giving economic loans in exchange for an ownership document or garment left under warranty and credits of all kinds, due to an increase in the number of clients, shows a boom and continued growth, counting on average with the creation of a branch per year. This type of business who have found a market niche, face competition problems, for this reason it is vital to know the diverse expectations of their customers and check the degree of satisfaction and preference of these.

This research focuses on knowing what the customer perspective is, what are the main aspects which the company should focus, to obtain an adequate level of customer satisfaction and to determine the level of acceptance of the service that the company is providing, verify the services that the company is performing properly and implement strategies that prevent customers will go into debt and lose their garments.

It was identified that the majority of people who request the credits come from Kanasin Town, with a 14.6% and 35.3% are housewives between 40 and 69 years of age, with a monthly income of between \$3000 and \$5000, which the 48.85% of the people use it to household expenses and 19.8% for medical emergencies.

Keywords: *economic loans, customer satisfaction, customer service.*

Introducción

El desarrollo del sector financiero formal aún no logra satisfacer en su totalidad el mercado, descuidando sectores con recursos bajos, además su acceso está dirigido a una pequeña parte de la población (Di Giannatale, López y Roa, 2008). Este sector, tiene una muy baja participación en la economía rural, no obstante los avances para incrementar la oferta de servicios financieros en las zonas rurales no han tenido gran impacto; actualmente amplios segmentos

de la población, entre ellos, considerando a los productores agropecuarios de ingresos medios y bajos, no cuentan con acceso a servicios sostenibles (Buchenau y Del Ángel, 2018). Por otra parte, la importancia del sector informal se origina principalmente en las redes sociales, permitiendo reducir costes de transacción e información que conlleva la actividad financiera (Di Giannatale, López y Roa, 2008). Sin embargo, el sector financiero informal no facilita los beneficios de los mercados financieros formales como es la reducción de la vulnerabilidad de los agentes a los shocks negativos y generar el consumo, así como aprovechar las oportunidades de inversión (Levine, 1997, citado en Di Giannatale, López y Roa, 2008)

En México, las microfinanzas han tenido un importante auge, sobre todo en los niveles de población de bajos recursos, considerándose una zona desprotegida (Hernández y Almorín, 2006); la evolución del sector de organizaciones de microfinanzas se contextualiza dentro de una muy baja cobertura de la población por parte de los mercados financieros en México, particularmente en las áreas rurales (González-Vega, 2004); en un primer momento sus inicios se dieron con pensamiento altruista, que al paso del tiempo, las oportunidades de mercado han logrado cambiar tal visión convirtiéndola a un enfoque empresarial, incursionándose en la búsqueda de la rentabilidad en sus operaciones y ofreciendo sus servicios a un segmento de población totalmente desatendido (Alpízar y González, 2006)

El sector de las microfinanzas en México, están dirigidos hacia un mercado diferente a los bancos tradicionales, ofertándoles distintos rangos de productos, que necesariamente deben ser acorde a las características de cada cliente y deberán ser apropiados para cada tipo de riesgo que cada una conlleva (Alpízar, 2006).

Adams, González-Vega y Von Pischke citado por Alpízar y González (2006) menciona que el sector de las microfinanzas, trabajaba en el supuesto que las personas que requerían de este tipo de servicios, son de ingresos bajos, sin capacidad de generar ahorro y no tienen la posibilidad de pagar un préstamo en condiciones de mercado. Se ofrece el crédito estrictamente para financiamiento de productos y actividades específicas, imponiendo topes a las tasas de interés y transfieren subsidios a los deudores, en perjuicio de los depositantes, y por ser administrado por bancos estatales sujetos a intervenciones políticas e intereses de las clases gobernantes.

Recientemente, la propensión al ahorro ha incrementado en las personas de ingresos bajos y como consecuencia demandan mayores instrumentos de pagos y servicios de depósito; por lo que le permitió a este sector, crear y ampliar la

gama de servicios financieros que supera al concepto del crédito, incluyendo la oferta de algunos tipos de seguros. De igual manera, se trabaja con el supuesto que las personas de bajos ingresos tienen la voluntad de realizar el pago de los préstamos otorgados, siendo necesario realizar el análisis y evaluación de su capacidad de pago. Lo anterior, ha permitido desarrollar tecnologías nuevas de crédito, permitiéndole alcanzar, en las carteras que están dentro de este sector, un nivel de rentabilidad (Alpízar y González, 2006).

De acuerdo a diversos estudios, el sector financiero informal, está dispuesto a aceptar diferentes tipos de garantías accesibles y viables para los sectores más pobres, que para el sector formal son imposibles aceptarlas, como por ejemplo: el trabajo, pequeñas cantidades de tierra, ganado, entre otros; o bien, la garantía solidaria. De cierta manera, el prestamista informal suele tener mejor información sobre las características y comportamiento de sus clientes, en el que la mayoría solicitan créditos para emergencias de salud, transporte e inclusive para alimentación. En las áreas rurales y poco desarrolladas la movilidad de las personas es muy reducida por lo que la mayoría de los habitantes se conocen entre sí. De esta forma, se dejan a un lado todo tipo de instrumento sofisticado utilizado en el sector formal para hacer cumplir el contrato firmado y se simplifican a imponer sanciones y censuras sociales reduciendo los costes de información y transacción (Di Giannatale, López y Roa, 2008).

Hoy día, las empresas del sector de las microfinanzas deben concientizar que la satisfacción del cliente es la clave esencial para mantenerse en el mercado, permitiendo de esta manera incrementar la productividad y competitividad de la misma, para ello, es importante que las empresas microfinancieras sean capaces de adaptarse a cambios del entorno económico, social y político (Najul, 2011).

La satisfacción del cliente y su fidelización son fundamentales para incrementar la competitividad de las microfinancieras, para ello se requiere identificar sus necesidades y cumplir con sus expectativas. Es necesario realizar el análisis y medición del grado de satisfacción de los clientes para que la empresa establezca planes de mejora y cubrir de esta manera las necesidades, gustos y /o deseos de sus clientes (González, Frías-Jiménez y Gómez, 2016).

El sistema creado por las microfinancieras debe tener la capacidad de satisfacer a sus clientes, creando lealtad y de esta manera obtener múltiples beneficios adicionales a la empresa. Los gerentes que logran entender cómo generar lealtad hacia el servicio tendrán una base para dirigir sus políticas y generar fidelidad en sus clientes. Por ende, es fundamental conocer los factores

que causan y/o condicionan el vínculo para la prestación del servicio. Para lograrlo, es necesario alinear las actividades de la empresa, con las necesidades y expectativas del cliente (Zamora, Vázquez y Díaz, 2011). Las microfinancieras que se adapten mejor a las necesidades y deseos del consumidor y se centren en su satisfacción y bienestar a largo plazo podrían obtener mayores beneficios durante más tiempo (Cambra, Fuster, Polo y López, 2010).

Delgado (2008) señala “Que las organizaciones a través de los años han venido trabajando sobre la marcha para la obtención de calidad en todos sus procesos, generando planes y estrategias para la consecución de sus objetivos. Esto ha hecho que dentro del concepto de calidad surja la idea concebida como calidad de servicio, que es parte del proceso de mejoramiento continuo, pero tiene su orientación directa hacia la satisfacción del cliente”. Lo anterior, hace notar que la calidad de servicio permite crear clientes fieles a la empresa, además de generar posibles clientes y mantenerse compitiendo en el mercado. Para Heizer y Bowen (1996) la calidad incluye satisfacer y sobrepasar las expectativas de los clientes en cuanto a los bienes y servicios ofrecidos. En un sentido más amplio se refiere a la satisfacción del 100% de las expectativas, aunque es importante señalar que es subjetivo de un cliente a otro, presupone una norma que se debe cumplir.

Es importante conocer las variables que afectan la calidad del servicio para establecer estrategias con el objetivo de retener clientes y motivar su intención de recompra (Gronroos, 1982; Cronin & Taylor, 1992; Fornell, 1992; Zabkar, 2000), su medición es compleja por la naturaleza intangible del servicio, en la no estandarización del proceso y la inseparabilidad entre la producción y su consumo (Zeithaml, 1981; Parasuraman, et al. 1985).

La presente investigación es de tipo exploratoria descriptiva, se recopiló información de gabinete y de campo mediante la aplicación de 207 encuestas, el muestreo que se utilizó fue aleatorio por conveniencia, se evaluó y finalmente se determinó la satisfacción en la atención de clientes en 14 sucursales de la microfinanciera en el Estado de Yucatán. Los datos utilizados son cualitativos y cuantitativos, debido a que se valoran percepciones, emociones y sentimientos de las personas, así como datos sobre el tiempo en que se atiende a los clientes.

Para la recolección de datos, la encuesta utilizada contiene ítems en escala de likert, en un rango del 1 al 5, considerando el 1 en total desacuerdo y el 5 total acuerdo; de igual manera se realizaron preguntas abiertas para la obtener mayor información del cliente. Se contemplaron aspectos lugar de proveniencia, actividad al que se dedica, edad y sexo, medio por el cual conoce

a la empresa, motivos del empeño, servicios adicionales, trato y atención al cliente, infraestructura y limpieza de la empresa, entre otros. Se delimitó el ámbito geográfico en el que se aplicó el cuestionario y se restringió la muestra, realizándose 207 encuestas.

En la actualidad, la importancia de brindar calidad de los bienes y servicios, mediante la satisfacción del cliente, las empresas microfinancieras buscan las estrategias adecuadas para generar lealtad en los clientes, ampliar su cartera de clientes, lograr una mayor penetración del mercado, aumentar los productos y servicios ofrecidos y crear identidad de la marca y empresa, tanto los colaboradores como los clientes. En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo identificar el nivel de satisfacción en atención de los clientes, caso de una microfinanciera, en el Estado de Yucatán.

Desarrollo

Se realizaron 207 entrevistas a los clientes, abarcando las 14 sucursales con las que cuenta la microfinanciera. Se describen los resultados del análisis del perfil de los clientes y la valoración percibida de los diversos aspectos de satisfacción de atención.

Perfil de los Clientes

Los clientes entrevistados provienen de las colonias de la ciudad de Mérida Yucatán y de sus áreas circunvecinas. Resaltan 3 lugares como representativos quienes concentran el 40.5% de los clientes: Kanasín 14.6%, Juan Pablo 14.1% y Umán 11.7%. El porcentaje restante se divide en 61 colonias y municipios aledaños a la ciudad de Mérida.

La actividad económica a la que se dedican se dividió en cinco rubros: el 35.3 % lo representan las amas de casa, 30.4% los empleados que trabajan en una empresa privada, el 26.6% trabajan de forma independiente ejerciendo su oficio o profesión, el 6.3% son trabajadores que laboran en una institución gubernamental y el 1.4% son desempleados.

De ellos, los ingresos mensuales que perciben o generan en promedio durante los seis meses anteriores son: el 36.7% tiene un ingreso mensual que varía de \$3,001.00 a \$5,000.00, el 25.6% de \$5,001.00 a \$8,000.00, el 22.2% recibe de \$1,501.00 a \$3,000.00, el 13.5% recibe menos de \$1,500 y el 1.9% recibe más de \$8,000.00. De lo anterior, se deduce sin ninguna duda que su mercado objetivo pertenece a un sector subatendido con un alto potencial de

crecimiento, sin embargo, debe tener especial cuidado en la colocación de créditos, toda vez que los índices de morosidad pueden incrementarse.

Respecto a los motivos que tienen los clientes para solicitar un préstamo o de realizar un empeño de sus diversos artículos, el 48.8% lo hace para los gastos del hogar, en estos casos comentaron de que el dinero que percibían por su trabajo no era suficiente, el 19.8% por alguna urgencia médica y consideran el empeño como primera fuente de financiamiento, el 12.6% dirigido a los gastos en la educación de sus hijos, únicamente el 10.6% para gastos enfocados a sus negocios y el 8.2% restante a otras necesidades.

La estructura poblacional de los clientes se comporta de la siguiente manera: adultos de edad media de 40 a 64 años representa el 46.4%, jóvenes adultos de 25 a 39 años el 37.2%, jóvenes de 18 a 24 años el 11.1% y los adultos mayores de 65 años y más con el 5.3%. Siendo de género femenino el 61.4% y el 38.6% de género masculino.

Valoración de Satisfacción en la Atención de los Clientes

La interpretación de los datos de la satisfacción de los clientes se hace de acuerdo con el cumplimiento más alto, o la opción de respuesta más exigente, de los estándares/preguntas planteadas. Lo anterior se justifica debido a que la aspiración de los clientes, es el cumplimiento de los estándares en un 100% y las respuestas, en la mayoría de los casos reflejan altos grados de satisfacción.

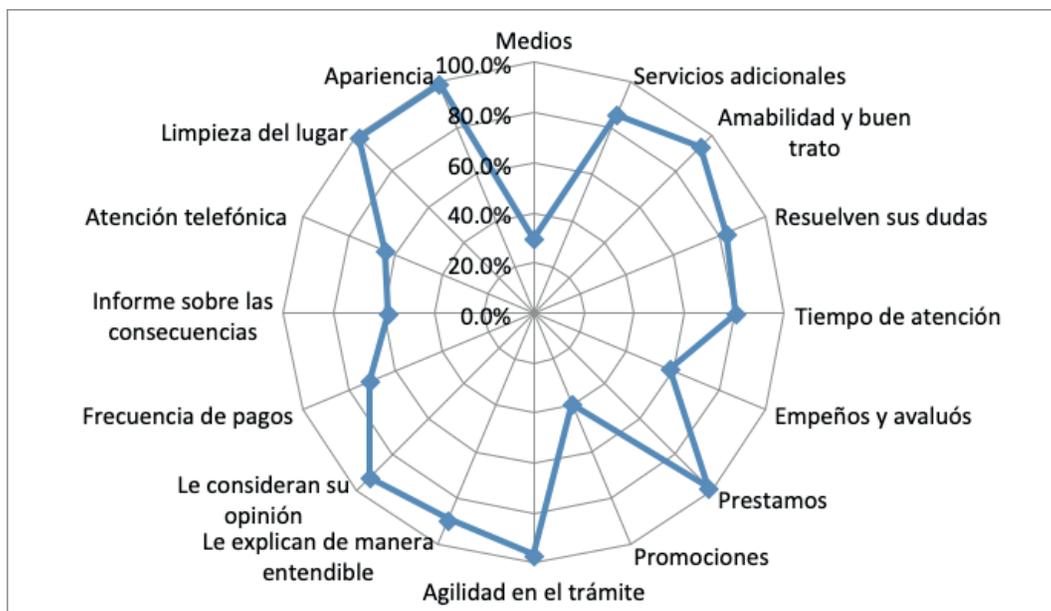
La gráfica 1 concentra el análisis de la satisfacción de los clientes de la microfinanciera, los resultados se pueden generalizar en tres aspectos o puntos a focalizar:

1. Focalización primaria: se refiere a los aspectos que requieren de una pronta mejora, es decir, que obtuvieron un bajo desempeño. Los medios de difusión de los servicios ofrecidos, las promociones con las que cuenta la empresa, los servicios referidos a los empeños y avalúos, la información proporcionada respecto a las consecuencias que tendrán en el atraso de sus pagos, empeños y alternativas posibles, la atención telefónica en cuanto a sus reclamos, servicios e información y analizar la posibilidad de la frecuencia de sus pagos.
2. Focalización secundaria: se refiere a aquellos aspectos donde se obtuvo un desempeño satisfactorio y aceptable. El tiempo de atención fue acorde a las necesidades que presentaban, únicamente analizar el tiempo del personal de piso, el personal les resolvió sus dudas, sin embargo, no se

les dotó de información completa y lo que le explicaron fue de manera entendible y sin palabras técnicas, los servicios adicionales que se les ofreció.

3. Focalización terciaria: se refiere a los aspectos que se deben de mantener debido a que su desempeño fue muy satisfactorio. El cliente se siente satisfecho debido a que consideró que su opinión fue tomada en cuenta, le gusto la amabilidad y el buen trato del personal tanto para realizar la solicitud de un servicio como en el momento de realizar sus pagos, la agilidad en el trámite de su crédito o empeño, los diversos prestamos ofrecidos acordes a sus necesidades, la limpieza del lugar y comodidad, y por último la apariencia e imagen de la empresa.

Gráfica 1. Satisfacción de la Atención al Cliente de la Microfinanciera



Fuente: Elaboración propia con los datos recabados en el año 2018.

Existen diversas medios publicitarios que la microfinanciera utiliza para atraer y retener a sus clientes, sin embargo, los clientes mencionaron que en el 70% de los casos los clientes se enteraron debido a que pasaban por las sucursales, mientras que el 21.7% fue por recomendación de amigos y familiares, el 7.24% mediante volantes y únicamente el 1% lo revisó en internet. Es importante que la microfinanciera priorice este aspecto debido a los costos que le generan los distintos medios de difusión por los que publicita

sus servicios, ya que no se está empleando adecuadamente, únicamente el 29.9% se enteró por un medio de comunicación.

Dentro de las políticas de la empresa es que todo el personal del área de atención, comunique a los clientes de los servicios adicionales que se ofrecen, sin embargo, el 14% de ellos los desconoce o no se les informó. De igual forma, se observó que en algunos casos el personal no cuenta con la suficiente información y/o existe duplicidad de información ofrecida al cliente.

Respecto a la amabilidad y buen trato el 94.2% de los clientes mencionó estar satisfechos, sin embargo, este aspecto varía de una persona a otra, así como del personal que lo atendió. Ser amable y ofrecer un buen trato a los clientes propiciará un ambiente cómodo en el que el cliente se sentirá como en casa y hará aumentar las posibilidades de que regrese y recomiende a la empresa. Es necesario que el personal sea comunicativo, atento, que tome nota de los comentarios y que sepa escuchar, es la clave para el éxito. Aunque esto no significa que se deba atosigar a los clientes con sugerencias, pero sí que debería intentar establecer una comunicación relajada en la que el cliente se sienta cómodo. Es muy importante que en las situaciones complicadas como quejas o reclamaciones el personal mantenga la templanza y tenga capacidad de autocontrol, mostrándose dispuesto a solucionar la situación, sobre todo al tratar temas delicados respecto al cliente, deudas, problemas familiares, etc. De esta forma, un trato personalizado y amable es fundamental para fidelizar a los clientes y, como consecuencia, ayudará a aumentar ventas de los servicios. Rovira y Miralles (2006) señalan que es perfectamente factible entrenar a los empleados a enfatizar la amabilidad, a evidenciar la personalización y a hacer notar las “caricias emocionales”, lo contrario a la indiferencia, que es, en esencia, el servicio a las personas.

El servicio al cliente de la microfinanciera se enfoca en el esfuerzo encaminado a atender al cliente y a resolver sus inquietudes, sugerencias, dudas o reclamos, se hace necesario aclarar dudas y profundizar en el tema hasta lograr su total comprensión, se valora el servicio, principalmente en términos de la resolución de dudas y consultas. Antes y después de la celebración del contrato de empeño o préstamo, es importante que se resuelvan las dudas del cliente, debido a que algunas incidencias se ocasionan por la falta de comunicación e información que los empleados ofrecen y el 83.1% de ellos están satisfechos, sin embargo, el 16.9% requiere una mejora en la comunicación proporcionada, para que este índice sea cada vez más bajo.

En promedio el tiempo de espera para ser atendido es de aproximadamente 10 minutos. Se valora más positivamente (80.7%) la agilidad y el tiempo

de duración de la atención del ejecutivo/a. El 19.3% de los usuarios está insatisfecho con el tiempo que toma la confirmación de la recepción del requerimiento debido a que tienen que esperar más de 10 minutos llegando a un máximo de 25 para ser atendido, se observó que en ciertos casos la espera se alarga, debido a que la mayoría de los clientes va a realizar pagos de refrendos y otros a empeñar, y el empeño y préstamo es tardado por el proceso de valuación y verificación, sin embargo, es indispensable automatizar parte de los procesos y tener suficientes empleados disponibles.

La empresa cuenta con servicios adicionales como el empeño de diversos activos como los autos y el avalúo que puede realizarse en el domicilio del cliente sin compromiso alguno, además de los diversos esquemas de préstamos, sin embargo, únicamente el 58.45% de los clientes mencionó tener esa información.

Los préstamos son el servicio más importante de la empresa, y en segundo lugar los empeños. El 98.6% de los clientes mencionó que la cantidad que la empresa les da en crédito es suficiente para cubrir sus necesidades, sin embargo, mencionaron que la frecuencia de pagos y monto debería ampliarse (71%), debido a que en algunas ocasiones no pueden cumplir con los plazos establecidos y les causa multas por retraso.

De igual forma, se realizan una serie de promociones, con el fin de que el cliente realice empeños y préstamos con la microfinanciera, que recomiende a otras personas ofreciendo un beneficio ganar-ganar, con el objetivo de ampliar la cartera de clientes, sin embargo, se identificó que únicamente el 39.1% cuenta con esa información, es necesario que los empleados retomen esta información en su discurso.

Respecto a la agilidad en el trámite que los empleados le ofrecen el 96.6% se mostró satisfecho, sin embargo, en algunos casos comentaron que el atraso se debe a la espera de ser atendidos.

El personal de la empresa en el 89.4% de los casos, le explica de manera entendible los procedimientos y formas de solicitar sus préstamos o empeños, al 58.5% le informan sobre las consecuencias del atraso en sus pagos o de su incumplimiento total, así como de sus posibles alternativas, y el 92.8% le consideran su opinión respecto a pagos, plazos, monto, multas, etc.

Uno de los servicios que dispone el cliente es el de llamadas telefónicas, el principal motivo para contactarse telefónicamente con el personal de la empresa es presentar un reclamo; secundariamente se busca orientación respecto al crédito o empeño y para solicitar mayor información. Para resolver

un reclamo los clientes requieren realizar aproximadamente cuatro llamadas en promedio, sin embargo, en la mayoría de los casos es necesario que acuda a la sucursal. El servicio telefónico requiere de mejoras (satisfecho sólo el 64.7%), especialmente en cuanto al tiempo de espera desde que marco hasta que lo atendió un ejecutivo y en la resolución de reclamos.

El 99% de los clientes se muestran satisfechos considerando las instalaciones, ya que se encuentran en buen estado y los empleados procuran mantener la higiene y cuidado de los inmuebles, para que estos se encuentren en condiciones óptimas y puedan brindar un buen servicio, este factor es importante debido a que parte de la confianza es ser cuidadoso en el bienestar del cliente.

La microfinanciera es percibida como una institución con capacidad para resolver problemas, confiable, importante, profesional, abierta y preocupada de las necesidades; la apariencia e imagen actual de las sucursales llama la atención del cliente y le son atractivos en el 99% de los casos considerados.

Conclusiones

El análisis de los resultados obtenidos permitió determinar las necesidades insatisfechas del mercado, las cuales se enfocan en los procesos más importantes que realizan las sucursales, ya que en ellos recae la mayor responsabilidad, por ser el primer contacto que tiene el cliente con la empresa, y éste determina el nivel de aceptación del servicio que se está brindando, los resultados de satisfacción fueron aceptables, pero no los mejores, ya que se relaciona con la ejecución de los procesos, al no implementarse adecuadamente.

Se encontró información importante, se detectó que los sectores de Yucatán en donde se realizan más préstamos son: en primer lugar Kanasín, en segundo lugar es una colonia de la ciudad de Mérida, Juan Pablo II, y en tercer lugar Umán, tanto el primero como el tercero son municipios del estado cuyo principal fuente de trabajo es la agricultura y la ganadería, lo que determina que el sector más necesitado y en los cuales hay que integrar más promociones, es el sector primario. Otro dato de alarma es que las personas que mayormente requieren el servicio de préstamos inmediatos son personas cuyos ingresos van desde \$3000 a \$5000 mensuales, y que el principal motivo por el que se requiere el dinero es para solventar gastos familiares y urgencias médicas, lo que genera ciertos problemas ya que al tener bajos ingresos se les dificulta realizar los pagos en los plazos establecidos generando recargos y a final con el riesgo de perder las prendas dejadas en garantía.

De igual forma se observó que la empresa desconocía su mercado y éste análisis coadyuvo a mejorar el panorama geográfico y demográfico, otorgando datos sustanciosos de los clientes. Las mejoras en el servicio serán favorables y ayudarán al éxito en esta empresa, ya que la demanda cada día será superior a lo que puede ofertar la competencia, lo que le da un grado óptimo de posibilidades al actualizarse y adaptarse a este segmento de mercado.

Se obtuvieron datos cualitativos y cuantitativos que permitieron conocer el mercado meta, en el que se determina que el mercado está dirigido a mujeres, amas de casa, correspondiendo al rango de edad de adultos, de edad media de 40 a 64, así mismo, un mercado potencial de adultos de 25 a 39 años, con estos datos relevantes se podrán implementar estrategias que beneficien y atraigan a este tipo de clientes.

En cuanto a la atención de los empleados al cliente, el resultado fue bajo, debido a que la empresa cuenta con muchos servicios como son: que permite refrendos ilimitados, aceptan gran variedad de artículos, el plazo y tasa lo elige el cliente ya que cuenta con plazos de 4 a 18 meses, y los pagos pueden ser semanal, quincenal o mensual y sin penalizaciones cuando se abone al capital, existen días de promoción, el cliente puede dar pagos parciales y/o abonos desde \$20 pesos, ser parte del programa Elite y Premium, otorgan regalos, atención personalizada al 01 800, venta de tiempo aire, pago de luz y otros servicios. Sin embargo, la mayoría de las personas no tenían conocimiento de estos servicios, por lo que se sugiere estandarizar el proceso de atención al cliente especificando claramente todos los elementos que deben comentarle para que este tome las mejores decisiones, otro foco de atención fue que no se les explica bien, las consecuencias cuando sucede un retraso en el pago de las cuotas, la forma en la que se pagan los recargos generados y que cuando intentan solucionar el problema a través del número telefónico, no se logra dar solución a sus problemas por lo tanto resulta frustrante intentar utilizar este medio.

También existen factores como tiempo de espera y las instalaciones y los montos, que el cliente considera aceptables, en cuyos casos la empresa debería mantener su nivel, o pretender la mejora continua y no dejar a un lado estos elementos.

Referencias bibliográficas

- Alpizar C. A., González V. C. (2006). El sector de las microfinanzas en México. Programa Finanzas Rurales. The Ohio State University. Proyecto AFIRMA.
- Buchenau J. & Del Ángel G. A. (2007). Políticas y gasto público federal para el sector rural. Servicios Financieros Rurales en México. Informe de Consultoría. Banco Interamericano de Desarrollo ME-P1033.
- Cambra F. J., Fuster M. A., Polo R. Y., & López P. M. E. (2010). Preocupación por el cliente: ¿ética, responsabilidad o simplemente negocio? *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 20 (37), 47-57.
- Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1992). Measuring quality: a reexamination and extension. *Journal Of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Delgado de S.Y. (2008). La investigación social en procesos: Ejercicios y Respuestas. Universidad De Carabobo – Venezuela.
- Di Giannatale S., López P. & Roa M. J. (2008) Una introducción conceptual al desarrollo financiero, capital social y anonimidad: el caso de México, CIDE, Núm 427.
- Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: the swedish experience. *Journal Of Marketing*, 56(1), 6-21.
- González A. M., Frías J. R. A., & Gómez F. O. (2016) Análisis de la calidad percibida por el cliente en la actividad hotelera. *Ingeniería Industrial*. XXXVII (3), 253-265. La Habana, Cuba.
- Gronroos, C. (1982). Strategic management and marketing in the service sector. Helsingfors: Swedish School of Economics and Business Administration.
- Heizer, J., Bowen R. (1996). Production and Operations management. Upper Sadle River, NJ, Prentice Hall, 4th Ed, N° 75, P.106.
- Hernández R. O. & Almorín A. R. (2006). Las microfinanzas en México, tendencias y perspectivas. Fundación Ayuda en Acción. Morelos, México.
- Levine, R. (1997). Financial development and economic growth: views and agenda. *Journal of Economic Literature* 35, 688-726.

- Najul G. J. (2011), El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*. 4(8) 23-35.
- Parasuraman A, Zeithaml V. A. & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future. *Research. Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Rovira, A., Miralles F. (2006). El zen de la empresa. Soluciones sencillas para un mundo complicado. Alienta Editorial. Barcelona. España.
- Zabkar, V. (2000). Some Methodological Issues with Structural Equation Model Application in Relationship Quality Context. *Metodološki Zvezki – Advances in Methodology and Statistics*, 16(1), 211-226.
- Zamora J, Vásquez A, Díaz R. (2011) Hacia la comprensión de la lealtad del cliente de restaurantes. Caso Talca, Región del Maule – Chile. *Estudios y perspectivas del turismo*. 20(3). 563-583. Buenos Aires, Argentina.
- Zeithaml, V. A. (1981). How consumer evaluation processes differ between goods and service. *Marketing of Service*. 9(1), 186-190.

Estudio Empírico de Presentismo en dos Organizaciones Mexicanas

LAURA EDITH ALVITER ROJAS
Universidad Autónoma del Estado de México

CARLOS ROBLES ACOSTA
Universidad Autónoma del Estado de México

EDIM MARTÍNEZ RODRIGUEZ
Universidad Autónoma del Estado de México

Resumen

El siguiente trabajo es una investigación cuantitativa, que se llevó a cabo con 183 trabajadores de dos organizaciones mexicanas (servicio y manufactura) a fin de identificar el nivel de Presentismo. Los resultados indican que la mayoría de los trabajadores (n=176) objeto de éste estudio reportan cierto nivel de presentismo, el cual varía desde una intensidad leve hasta elevada. Los hombres con edad entre los 31-40 años, y los empleados con una antigüedad laboral de entre 6 y 10 años, se hallan inmersos en este fenómeno con un nivel alto. Sin embargo, no se identificó una correlación positiva entre presentismo, con edad y antigüedad laboral.

Palabras Clave: *presentismo, nivel, organización.*

Abstract

This quantitative research was carried out with 183 employees that work at two different organizations (service and manufacturing) in order to identify the level of Presenteeism. The results of the study indicate that the majority of workers (n=176) report a certain level of presenteeism, which varies from lower to high intensity. Men between the ages of 31-40 years old, and employees with a seniority of between 6 and 10 years, are immersed in this phenomenon with a high level. However, a positive correlation was not identified between presenteeism with age and seniority.

Keywords: *presenteeism, level, organization*

Introducción

El presentismo se genera cuando el trabajador acude a su área de trabajo, y éste no ejecuta sus funciones adecuadamente a causa de alguna enfermedad o padecimiento, por lo tanto el objetivo de esta investigación es identificar el nivel de presentismo que tiene los trabajadores de dos organizaciones mexicanas.

En décadas pasadas cuando un trabajador se sentía mal o tenía algún problema familiar que ocasionara que no estuviera en condiciones adecuadas para laborar teniendo que ausentarse, se le considera como absentismo, “que consiste en toda ausencia de una persona de su puesto de trabajo, en horas que correspondan a un día laborable, dentro de la jornada legal de trabajo” (García, 2011, p. 112).

Sin embargo, las actuales condiciones de trabajo y las nuevas formas de organización laboral buscan una mayor productividad en conjunto a la gran necesidad de las empresas de ser más eficientes y competitivas, buscando producir bienes y servicios de alta calidad, al menor costo y en el menor tiempo posible; esto ha provocado que los trabajadores se sometan a un exceso de esfuerzo, incluso de forma inconsciente, con el fin de satisfacer las demandas y exigencias del mercado, conduciéndolo a vivir para el trabajo, teniendo como consecuencia el descuido de su salud tanto física como mental (Zamora, 2010, p. 4). No obstante, los trabajadores no se ausentan, esto se debe al miedo a perder su trabajo, lo cual genera el surgimiento de un nuevo constructo denominado “presentismo”, refiriéndose éste, al empleado que se encuentra en su puesto de trabajo, pero “ausente” en sus funciones (García, 2011).

Por tanto en la actualidad, el verdadero problema está en el presentismo no en el absentismo laboral; debido a que los trabajadores que se encuentran inmersos en este fenómeno, dedican más horas presenciales que sus compañeros, con lo cual aparentan que tiene más trabajo que el que pueden abarcar en su horario normal.

Convirtiéndose en una situación de alarmante frecuencia empresarial, ya que los empleados que pierden varias horas de su jornada laboral en distracciones y problemas personales, están más propensos a cometer errores que afectan la productividad, durante el tiempo que utilizan para dar salida a lo más urgente de sus tareas (García, 2011).

Esta falta de productividad que surge del presentismo es derivada del propio trabajador cuando presenta: a) enfermedades o sentimientos de inseguridad laboral, lo cual los obligaría a ausentarse de su puesto de trabajo, pero a pesar de ello se presentan a trabajar sin cumplir eficazmente sus funciones (Flores-Sandi, 2006); b) la responsabilidad, cuando el empleado asiste a su empleo para no perjudicar a su equipo de trabajo; y, c) la gestión de recursos humanos, cuando la empresa tiene dificultades para reemplazar al trabajador ausente (Aronsson y Gustafsson, como se citó en Valera, 2015).

Debido a esta situación Rodríguez (2016) menciona que el trabajador se convierte en un trabajólico (adicto al trabajo), debido a que por miedo a perder su trabajo dedica todo su tiempo a sus labores realizando tiempos extras, dejando a un lado sus descansos, vacaciones, asuntos familiares y sobre todo su salud; un ejemplo de ello es la situación en España donde un estudio realizado demostró que ocho de cada diez trabajadores laboran más del tiempo estipulado en su puesto de trabajo (Sola, s.f.).

No obstante, en México la investigación a dicho fenómeno es escasa y para los profesionales de la salud en el trabajo es prácticamente desconocido, puesto que las principales investigaciones se han realizado en países como Estados Unidos y Europa (Jiménez, 2008). Además en la literatura no son abundantes las exploraciones que posibiliten una perspectiva comprensiva y acabada de los motivos de esta realidad laboral que sustente la relevancia del presentismo en las organizaciones mexicanas.

Al margen Prasad, Wahlqvist, Shikiar, y Shih, (2004) sugieren realizar a fondo más investigaciones sobre presentismo que evalúen la exactitud y la utilidad de los instrumentos individuales en determinados contextos, puesto que las propiedades psicométricas y la generalización de dichos instrumentos evidencian variabilidad.

Presentismo

Lawson (2012) menciona que el término “presentismo” surgió por primera vez en 1931 y ha sido utilizado con diversos significados. Para el año de 1994 el término fue acuñado por el Profesor Cary Cooper, psicólogo especialista en administración organizacional de la Universidad de Manchester en Reino Unido, mismo vocablo es derivado del inglés “presenteeism” que de acuerdo a su significado describe la relación existente entre enfermedad y pérdida de productividad, como resultado del trabajo excesivo o por el sentimiento de inseguridad laboral (Flores-Sandi, 2006).

Por un lado el área de psicología considera que el presentismo se debe a problemas emocionales, derivados de una combinación de factores sociales, condiciones médicas mentales, donde la enfermedad se percibe frecuentemente como una menor capacidad de trabajo causando cuantiosas pérdidas económicas en la empresa (Fleten, Johnsen y Ostrem, 2004; Palpant, Steimnitz, Bornemann y Hawkins, 2006). Y por el otro lado, Pilette (2005); y Salazar (2011) mencionan que los economistas identificaron el término presentismo para conocer las pérdidas económicas invisibles en las empresas; debido a que los empleados se presentan a trabajar perdiendo horas productivas por enfermedades mentales o médicas.

En efecto, el abordaje de este término, es bastante complejo, siendo un fenómeno que a ciencia cierta, no es del todo comprendido y que varía en conceptos y en enfoques de diversos investigadores. Por tanto, se describen a continuación algunas definiciones recientes de este término según la percepción de los autores:

España (2013) llega a la conclusión de que el presentismo “se produce cuando los trabajadores sufren alguna enfermedad pero se presentan a trabajar y la presencia de la enfermedad influye indiscutiblemente en su desempeño laboral” (p. 9).

El presentismo también puede definirse como “apersonarse a trabajar a pesar de presentar un problema de salud o alguna otra situación que normalmente llevaría al ausentismo” (Lazo y Roldan, 2015, p.1).

Y, finalmente, López y Riaño (2015) puntualizan al presentismo cuando “los empleados están en el trabajo, pero su energía cognitiva no se dedica a su trabajo, su atención se centra en otros lugares” (p. 51).

Por otro lado los autores García (2011); y Fernández (2011) coinciden en que los trabajadores realizan ciertas prácticas ante el presentismo:

- El trabajador alarga su tiempo dentro del trabajo innecesariamente solo para causar una apariencia.
- El trabajador dedica más tiempo de lo usual en la resolución de algún problema, cuando en realidad puede llevarle muy poco tiempo.
- El trabajador se queja por la cantidad de trabajo que tiene (volumen), cuando su productividad es muy baja.
- El trabajador se presenta a laborar con alguna enfermedad o en condiciones poco favorables para realizar sus actividades.

Sin embargo, a pesar de las diferentes situaciones que el trabajador presenta (físicas y emocionales), es conveniente subrayar que el presentismo no debe tomarse como una excusa para no laborar o atender a sus responsabilidades, poniendo como pretexto alguna enfermedad, sino por el contrario, realmente existen problemas que afectan su salud lo que impide que el individuo realice sus actividades, tal como lo son alergias, asma, hipertensión arterial, desordenes gastrointestinales, dolor crónico de espalda, migrañas/cefaleas, artritis, depresión e infecciones respiratorias, etc., por lo que Flores-Sandi (2006) aclara que el presentismo no se refiera a pretender estar enfermo para evitar trabajar o al descuido de las responsabilidades o distracciones como lo son la navegación en internet o mirar la televisión en horas laborables; puesto que datos demuestran que los trabajadores reducen en un 30% su productividad, esto debido al mal uso de la tecnología (Gutiérrez, 2013). Así mismo no se debe confundir con la pérdida de tiempo en ir a tomar café, hacer una pausa para fumar un cigarrillo o el hacer llamadas telefónicas personales (Reyes, 2014).

Aunado a lo anterior, surge la siguiente interrogante ¿cómo saber si los trabajadores sufren de presentismo?, por lo que Gutiérrez (2013) enlista algunos síntomas que dan indicio de que los trabajadores están siendo afectados por el presentismo, como:

- Pasan más de 8 horas en su lugar de trabajo.
- Presentan síntomas de distracción y fácil irritabilidad.
- Pueden tener cuadros de depresión.
- Presentan ansiedad en el área de trabajo.
- Mal humor.
- No trabajan por objetivos.
- No concluyen proyectos.

- Se quieren hacer notar.
- No saben en qué están trabajando si se les pregunta.

No obstante, Rodríguez (2016) señala que para los expertos el problema del presentismo tiene dos caras, en donde están inmersos tanto la empresa como el trabajador; en la primera cara se ejerce presión ante el trabajador que lo lleva a generar presentismo; mientras que en la segunda el miedo que el empleado tiene por perder su trabajo pone en riesgo su salud o frena su ascenso.

Rojas (2007) menciona que los problemas derivados a causa del presentismo son: el agravamiento de la calidad de vida y del nivel de salud, incremento en los costos de atención médica, accidentes laborales y el deterioro en la calidad de los productos y servicios. Aunado a ello, España (2013) refiere que la mala administración del tiempo, la baja concentración, la baja calidad que se traduce en menor rendimiento del empleado, y el contagio a otros (en caso de que exista alguna enfermedad infecciosa) son considerados como consecuencias del presentismo.

Por tanto, es de esperar que los empleados afectados por el presentismo lleguen a cometer errores, puesto que están inmersos en una baja concentración en sus actividades; además de estar rodeados de su propio entorno biopsicosocial, el cual afecta su interacción personal, comportamiento, habilidad, concentración, forma de pensamiento y la respuesta a los procesos patológicos (Flores-Sandi, 2006); teniendo como consecuencia el aumento en los riesgos de accidentes o equivocaciones en la toma de decisiones (Loffler, 2009); además cuando el personal tiene poco enfoque en sus actividades, el control de calidad será incompleto o deficiente y por consecuente los clientes tenderán a reclamar el producto o servicio (Fernández, 2011). Todo ello tiene gran repercusión en la organización que se ve reflejada en los costos y en la producción.

Un problema más al que se enfrentan las empresas a causa del presentismo es en sus costos, que son más elevados que el ausentismo, autores hacen referencia a estos costos como “costos ocultos”. Sin embargo, estos suelen ser más complicados a la hora de hacer su cálculo a diferencia del ausentismo (Fernández, 2011; Flores-Sandi, 2006; y Lazo y Roldán, 2015); además este no es un problema que asume simplemente la empresa sino que también se ve involucrado el mismo trabajador (Arteaga, Vera, Carrasco y Contreras, 2007; y Flores-Sandi, 2006).

Se han realizado numerosos estudios para estimar la magnitud y el costo de la pérdida de productividad asociada con diversas condiciones médicas

(Johns, 2010) y de acuerdo con los autores Ruiz, Palomino, Zambrano y Llap (2006) mencionan que los costos son de dos tipos, los directos y los indirectos, los primeros hacen referencia a los recursos que se gastan en la recuperación del trabajador; mientras que los segundos son aquellos recursos que se dejan de ganar al tener al trabajador enfermo.

Cooper y Dewe encontraron que para los años 2006 y 2007 casi 30 millones de días estaban perdidos debido a una enfermedad relacionada con el trabajo. De igual manera Ruiz et al. (2006) en su estudio hallaron que el presentismo representa el 71% del tiempo perdido por enfermedad, de las cuales fueron trastornos vertebrales con 120.55 días, depresión o ansiedad 53.24 días, cefalea o migraña 52.5, enfermedades respiratorias 44.35 días, rinitis alérgica 25.2 días, dolor abdominal 19.5 días, edad 15.21 días y enfermedad cardíaca 1.875 días las que provocaron más presentismo. Con respecto a los costos, los directos fueron de 9,552.94 dólares, los indirectos fue de 24,596.0 dólares, considerándose que el presentismo fue de 17,561.7 dólares y el absentismo de 7,034.3 dólares, teniendo un índice de improductividad de 3.4%.

Datos estadísticos de la empresa Intersistemas, obtuvo información en donde detalla cifras en relación a enfermedades que generan costos ocultos: la depresión cuesta a las empresas estadounidenses más de 35 mil millones de dólares al año; el dolor en el trabajo (incluido el de espalda y cabeza) implica un gasto cercano a los 47 mil millones de dólares anuales; el 70% de las enfermedades que pueden prevenirse están relacionadas con el estilo de vida; y, por último, se estima que el 80% de las visitas al doctor tienen que ver con el estrés (Domínguez, 2012).

Algunos estudios realizados demuestran la existencia y el impacto de este fenómeno dentro de las organizaciones, teniendo como resultado cifras realmente sorprendentes, puesto que se reflejan principalmente en la productividad, los costos y en la salud de los trabajadores. En cuanto a costos, por ejemplo; Estados Unidos los estima en más de \$150 mil millones de dólares por año (Hemp, 2004); en Lima su pérdida es de 1.4 billones de dólares anuales, en Australia sus costos generan aproximadamente 26 billones de dólares por año (Valera, 2015); mientras que en Canadá su estimación en pérdida de productividad es de 4,5 mil millones de dólares a causa de presentismo, ausentismo e incapacidad (España 2013).

Por tanto en la actualidad las organizaciones han empezado a desarrollar mecanismos legales encaminados a crear un ambiente y condiciones seguras de trabajo para sus empleados (Valera, 2015), como es el diseño y planeación

de políticas y estrategias que ayuden a aumentar y mejorar el desempeño de los trabajadores (Salazar, 2011).

En función de lo anterior, la mayoría de los países desarrollados han puesto en marcha programas de salud orientados a la prevención de las principales causas de mortalidad, mismas que tienen como fin la mejora continua en sus sistemas de trabajo. Por consiguiente Flores-Sandi (2006) menciona los tres aspectos principales de estos programas:

- Control del medio ambiente, físico y/o social.
- Exámenes en salud.
- Educación en salud (hábitos de vida saludables: alimentación, ejercicio, entre otros).

Aunado a ello, Valera (2015) menciona que las legislaciones de algunos países, establecen que las organizaciones deben instruir la asignación de un psicólogo organizacional, que genere programas de bienestar laboral y mental para los trabajadores, con la finalidad de crear un ambiente y condiciones seguras de trabajo.

Debido a las múltiples fuentes del presentismo y a su relación con otros componentes que derivan en la pérdida de productividad; Rojas (2007) enlista algunas herramientas que se desarrollaron para identificar algunos factores:

- PAE (Programas de Ayuda al Empleado) que han sido utilizados en el manejo de horarios.
- Iniciativas de gimnasia y relajamiento en el trabajo
- Auditoría del estrés de reciente desarrollo y que tiene la ventaja de buscar la causa del problema
- Gestión de la inhabilidad
- Uso de encuestas auto-respondidas para medir la baja de productividad o rendimiento tales como:
 - Work Limitation Questionnaire (WLQ).
 - Stanford Presenteeism Scale (SPS).
 - World Health Organisation's Health and Work Performance (WHO-HPQ).
 - Health and Labor Questionnaire (HLQ).
 - Quantity and Quality instrument (QQ).

Hoy en día más y más organizaciones están desarrollando políticas para crear conciencia sobre el estrés y la salud mental, que ayudan a aumentar el interés en el bienestar laboral; por lo que la capacitación de los gerentes de línea se convierte en una iniciativa clave, junto con la provisión de todos los empleados con información y oportunidades para participar en actividades que ayudan a prevenir problemas de salud mental (Cooper y Dewe, 2008).

Debido a las posturas que adopta el trabajador ante el presentismo y de las variables que están inmersas en la vida del trabajador, se genera un rasgo que describe las características del presentista, como se refiere a continuación:

Con respecto al entorno económico los autores Vera y et al. (2008) concluyen que existe mayor presentismo en el sector servicios a diferencia del sector productivo. De manera semejante Rojas (2007) encontró en un estudio que el presentismo está más asociado en el sector servicios relacionado con la atención a pacientes y entre las personas que realizan actividades de turno (servicios de emergencia, laboratorios, bancos de sangre, unidades de cuidados intensivos, etc.).

Por su parte España (2013) descubrió que los trabajadores presentistas fueron los de mayor edad y antigüedad con respecto a los que se retiraron de sus labores; siendo la principal causa del presentismo las patologías osteomusculares.

En cuanto al género, son las mujeres quienes están más inmersas en el presentismo; por otro lado las personas con hijos en el hogar denotan mayor presentismo a diferencia de los que no los tienen, en cuanto a la educación no hay una relación clara, así mismo si son trabajadores de tiempo completo o parcial (Aronsson y Gustafsson, 2000).

Por último, Fernández (2011) menciona que el presentismo suele presentarse en profesionales que tienen gran capacidad de autonomía y decisión; ejemplo de ello es el personal que ocupa cargos desde intermedios hasta muy importantes.

Hipótesis

H₁ El nivel de presentismo es alto.

H₂ El presentismo correlaciona positivamente con edad y antigüedad en el trabajo.

Método Diseño

Se trata de una investigación cuantitativa, descriptiva, correlacional y transversal, la cual se llevó a cabo mediante la aplicación de un cuestionario estandarizado que mide el nivel de Presentismo.

Participantes

La investigación se llevó a cabo con personal de dos organizaciones; la primera es una empresa manufacturera dedicada a la elaboración de tubos de cartón; y la segunda es una institución que ofrece servicios Tributarios, ambas ubicadas en el Estado de México. Se tratan de muestras de conveniencia, 183 participantes siendo su participación voluntaria y anónima.

Instrumento

Para la realización de este estudio se utilizó la Escala de Presentismo de Stanford (EPS-11) la cual fue traducida y validada al español por el Dr. J. Adrián Jiménez en el 2008, que sirve como base para medir el fenómeno del presentismo en México. El instrumento consta de 11 ítems, en una escala tipo Likert de cinco puntos, donde 5 es la apreciación positiva hacia las actividades de trabajo; y un grado de confiabilidad, de acuerdo con el alfa de Cronbach de 0.78 (Jiménez, 2008).

Procedimiento

En una primera etapa se les proporciono a los trabajadores el instrumento para su llenado. En la mayoría de los casos, los participantes contestaron el cuestionario en su horario laboral y en presencia del entrevistador, quien brindo las instrucciones necesarias, solicitaba sinceridad en las mismas y garantizaba el anonimato y la confidencialidad de la información. La otra forma que se permitió para responder el instrumento fue en un horario no laboral y la entrega posterior del mismo al investigador. No obstante, también en estos casos se daba información de cómo contestarlo y se hacía referencia a la importancia de la sinceridad, y a la confidencialidad de la información. El cuestionario requirió aproximadamente 15 minutos para su contestación.

Para el análisis de datos se utilizó el paquete Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) a fin de obtener frecuencias, estadísticos descriptivos, la confiabilidad (Alpha de Cronbach), y la matriz de correlaciones entre variables.

Resultados Demográficos

Participaron 183 trabajadores de manera voluntaria y anónima, la edad predominante de los encuestados oscila entre los 41 a 50 años de edad, en su mayoría es representada por hombres (84.15%); en cuanto a su estado civil el 56.8% reporta ser casado; el 38.3% tiene un nivel de estudios de preparatoria, y finalmente con respecto a la antigüedad laboral el 30.1% de la población asienta tener más de 30 años dentro de la organización.

Confiabilidad, Medias, Frecuencias y Correlaciones

Para determinar la consistencia interna del instrumento se utilizó el alpha de Cronbach, el cual resulto de $\alpha=0.703$ calificado como satisfactorio (Tabla 1). La media de Presentismo es 3.72 y se interpreta como bajo.

Tabla 1. Descriptivos, Alfa de Cronbach

	No. Items	Alfa	Media*	D.E.
Presentismo	11	0.703	3.72	6.86

Notas: * Media en una escala de 1 a 5

En cuanto a los niveles de presentismo de los participantes la tabla 2 muestra que el 56.29% reporta tener presentismo moderado, contra el 9.29% con presentismo alto, por tanto se rechaza la hipótesis 1.

Tabla 2. Frecuencia de Presentismo

Grado de presentismo	Frecuencia	Porcentaje
Leve	56	30.6
Moderado	103	56.29
Alto	17	9.29
Sin Presentismo	7	3.82
Total	183	100.0

En lo referente a la exploración de los datos por grupos de edad (tabla 3) se obtuvo que los trabajadores que se encuentran entre el rango de edad de los 41 y 50 años, son lo que tienen una mayor participación en el fenómeno de presentismo, pero en un grado de leve (9.29%) a moderado (16.39%); contra los de 31 y 40 años con una intensidad severa (3.28) de presentismo.

Tabla 3. Grado de Presentismo por Edad

Rango en años	Leve		Moderado		Severo		Sin presentismo	
	N	%	N	%	N	%	N	%
De 23 a 25	10	5.46	26	14.21	4	2.19	1	0.55
Entre 26 a 30	6	3.28	15	8.20	0	0.00	0	0.00
Entre 31 a 40	14	7.65	21	11.48	6	3.28	2	1.09
Entre 41 a 50	17	9.29	30	16.39	5	2.73	4	2.19
De 51 años o más	9	4.92	12	6.56	1	0.55	0	0.00
Total	56	30.60	104	56.83	16	8.74	7	3.83

En lo relativo al género, en la tabla 4 se muestra que son los hombres quienes tienen mayor nivel de presentismo desde leve hasta severo.

Tabla 4. Grado de Presentismo por Género

Rango	Leve		Moderado		Severo		Sin Presentismo	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Masculino	34	18.58	100	54.64	15	8.20	5	2.73
Femenino	4	2.19	21	11.48	2	1.09	2	1.09
Total	38	20.77	121	66.12	17	9.29	7	3.83

Finalmente en relación a la antigüedad (tabla 5), la población que tiene más de 30 años laborando dentro de la organización, manifiestan una mayor participación de presentismo con un nivel de moderado (18.03%); sin embargo, el personal con una antigüedad de entre 6 y 10 años reportan un nivel severo con una intervención del 3.28%.

Tabla 5. Grado de Presentismo por Antigüedad

Rango	Leve		Moderado		Severo		Sin presentismo	
	N	%	N	%	N	%	N	%
De 1 a 5 años	8	4.37	10	5.46	0	0.00	0	0.00
Entre 6 y 10 años	9	4.92	30	16.39	6	3.28	0	0.00
Entre 11 y 20 años	7	3.83	14	7.65	3	1.64	0	0.00
Entre 20 y 30 años	6	3.28	19	10.38	3	1.64	2	1.09
Más de 30 años	13	7.10	33	18.03	5	2.73	4	2.19
Total	43	23.50	106	57.92	17	9.29	6	3.28

En la tabla 6, se reflejan los coeficientes de correlación de Pearson entre el presentismo y algunos demográficos, y se rechaza la hipótesis 2 planteada, debido a que no existe relación entre éstos.

Tabla 6. Correlaciones entre Variables

		Edad	Antigüedad
Presentismo	C P	.055	-.033
	Sig.	.458	.657

Conclusiones

Recapitulando, el presentismo es un problema cada día más latente, que aqueja tanto a las organizaciones como a los trabajadores, debido a que impacta en la productividad y en la salud de los empleados.

El objetivo de esta investigación se ha alcanzado, se utilizó una escala válida y confiable de para identificar el nivel de presentismo de los trabajadores de dos organizaciones mexicanas, así como la relación que existe con las variables demográficas.

En cuanto a la hipótesis referida al nivel de presentismo no se confirma, debido a que el grado de presentismo reportado por la mayoría de los trabajadores se torna en una intensidad moderada; esto es, los trabajadores pueden reportar presentismo, sin embargo logran controlar o tener un manejo oportuno de éste.

De la misma manera la hipótesis que hace mención sobre la relación positiva entre presentismo, edad y antigüedad se rechaza, debido a que estas últimas no infieren para que el trabajador se encuentre inmerso en un estado presentista.

En suma se identificó que dentro de ambas organizaciones hay una frecuencia alta de trabajadores con presentismo moderado, siendo más marcado (alto) en hombres, en una edad entre los 31 y 40 años, y con una antigüedad de 6 a 10 años.

Lo anterior puede deberse al grado de compromiso que los trabajadores tienen con la organización por lo que los lleva a evitar faltas en el trabajo, lo que podría justificar los altos índices de presentismo, o por otro lado, la alta competitividad en el ámbito profesional, la cual llega a favorecer la ocurrencia del presentismo. No obstante, el desafío en un futuro no muy lejano será tratar de entender este fenómeno, sus causas, consecuencias y desarrollar las primeras medidas y procesos para poder reducir sus efectos negativos, además de considerar indicadores duros de eficiencia y competencia organizacional, a fin de poder cuantificar el costo y daño del presentismo.

Referencias bibliográficas

- Aronsson, G., Gustafsson, K., & Dallner, M. (2000). Sick but yet at work. An empirical study of sickness presenteeism. *J Epidemiol Community Health*. National Institute for Working Life, S-112 79. Stockholm, Sweden; 54: 502-509.
- Arteaga, O., Vera, A., Carrasco, C. y Conteras, G. (2007). Presentismo y su Relevancia para la Salud Ocupacional en Chile. *Cienc. Trab.* 9 (24): 61-63.
- Cooper, C. y Dewe, P. (2008). Well-being—absenteeism, presenteeism, costs and challenges. *Occupational Medicine*. 58:522-524.
- Domínguez, M. (2012). El estrés es un costo oculto dentro de las empresas. *Socialmedia SOS*. Recuperado de: <http://empleospetroleros.org/2012/08/09/el-estres-es-un-costo-oculto-dentro-de-las-empresas/>
- España, P. (2013). Percepción del presentismo y comportamiento de la morbilidad en trabajadores de una industria papelera, Carabobo 2010-2011. Tesis. Universidad de Carabobo. Facultad de Ciencias de la Salud. Valencia 1-34.

- Fleten, N., Johnsen, R. & Ostrem, B. (2004). Reliability of sickness certificates in detecting potential sick leave reduction by modifying working conditions: a clinical epidemiology study. *BMC Public Health*. 4: 1-10.
- Flores-Sandi, G. 2006. "Presentismo": Potencialidad en accidentes de salud. *Acta Médica Costarricense*. 48 (1): 30-34.
- Fernández, R. (2011). El presentismo laboral. Una amenaza silenciosa. *Gestión de prácticas laborales* n° 8.
- García, J., Juárez, A. y Camacho, A. (2010). Traducción y validación de la Stanford Presenteeism Scale -6. 3er. Foro de las Américas en Investigación sobre Factores Psicosociales. Estrés y salud mental en el trabajo. Facultad de Psicología. Universidad Autónoma del Estado de Morelos.
- García, M. (2011). Problemática multifactorial del absentismo laboral, el presentismo y la procrastinación en las estructuras en que se desenvuelve el trabajador. Universidad Complutense. Escuela Nacional de Medicina del Trabajo. Unidad de Ergonomía. Madrid, España. *Medicina y seguridad del trabajo*, 57 (223): 111-120.
- Gutiérrez, T. (2013). Presentismo laboral, el mal que afecta a 6 de cada 10 empleados. Recuperado de <http://www.altonivel.com.mx/35784-presentismo-laboral-mas-horas-no-significan-mayor-productividad.html>
- Hemp, P. (2004). Presenteeism: at work but out of it. *Harvard Business Review*. 82 (10): 49-58.
- Jiménez, A. (2008). Traducción y validación de la escala para el presentismo de Stanford en trabajadores del Hospital Central Sur de Alta Especialidad de PEMEX. Tesis de Posgrado. Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- Johns, G. (2010). Presenteeism in the workplace: A review and research agenda. Department of Management, Concordia University, Montreal, Quebec, Canada. *Journal of Organizational Behavior*. 31; 519-542.
- Lazo, A. y Roldan, B., (2015). Implicaciones del presentismo en la productividad laboral del área de la salud. *Medicina Legal de Costa Rica*, 32 (1), 1-8.
- Lawson, M. (2012). Workforce productivity: effects of presenteeism. *Optimise Consulting*. 1-9. Recuperado de: <http://www.tmsconsulting.com.au/articles /presenteeism-and-its-impact-on-safety-and-organizational-health#.VGE68 mG9gq>.

- Löffler, D. (2009). Trabajo sin productividad. Elimina el presentismo de tu empresa. *Management*. 50-52.
- López, E. y Riaño, M. (2015). Presentismo y su relación con la seguridad y salud en el trabajo: Una revisión de la literatura. *Revista Movimiento Científico*. 9(1): 50-59.
- Palpant, R., Steimnitz, R., Bornemann, T., & Hawkins, K. (2006). The Carter Center Mental Health program: Addressing the public health crisis in the field of mental health through policy change and stigma reduction. *Preventing Chronic Disease*. 3 (2). 1-6. Recuperado de: <http://www.cdc.gov/pcd/issues/2006/apr/050175.htm>
- Pilette, P. (2005). Presenteeism & productivity: two reasons employee assistance programs make good business cents. *Annals of the American Psychotherapy Association*. 8 (1). Recuperado de <http://www.biomedsearch.com/article/Presenteeism-productivity-two-reason-employee/131605679.html>
- Prasad, M., Wahlqvist, P., Shikiar, R., & Shih, Y. (2004). A review of self-report instruments measuring health-related work productivity: a patient-reported outcomes perspective. *Pharmacoeconomics*. 22(4). 225-44.
- Reyes, J. (2014). Nursing presenteeism. Patient safety implications. Possibilities of control and reduction. *Enfermería Global*. 35: 374-383.
- Rodríguez, A. (2016). Resulta dañino “sacrificio laboral”. *Vlex*. Recuperado de <https://vlex.com/vid/resulta-sacrificio-laboral-78909301>
- Rojas, R. (2007). Enfoque del Presentismo en empresas de Salud. *Ciencia y Trabajo*. 9 (24): 64-68.
- Ruiz, F., Palomino, J., Zambrano, R. y Llap, C. (2006). Prevalencia, impacto en la productividad y costos totales de las principales enfermedades en los trabajadores de un hospital al sur del Perú en el año 2003. *Revista Médica Hered*. 17(1): 28-34.
- Salazar, J. (2011). Presentismo: un problema que afecta la salud laboral. Análisis desde la psicología organizacional y del trabajo. Universidad Católica de Pereira. Facultad de ciencias humanas, sociales y de la educación línea de investigación calidad de vida laboral programa de psicología Pereira. 11-21.
- Sola, M. (s.f.). Presentismo asociado a la prevención de riesgos laborales. Tesis Universidad pública de Navarra. Recuperado de: <http://academicae.unavarra.es/handle/2454/6284>

- Valera, D. (2015). Los costos ocultos del presentismo laboral en las empresas manufactureras de Lima: 2012. Universidad Mayor de San Marcos. Facultad de Ciencias Contables. Tesis. 1-91.
- Vera, A., Carrasco, C., Da Costa, S. y Páez, D. (2015). Factores psicosociales del presentismo en trabajadores del Sistema de Salud Chileno. *Journal of Work and Organizational Psychology*. 31: 119-128.
- Zamora, J. (2010). Salud Laboral, variable promotora de la productividad. Universidad de Costa Rica. *Revista de la Sociedad Española de Salud Laboral en la Administración Pública*. 2(10): 4-9.

Presentismo en Empresas de Fabricación de Muebles de Delicias, Chihuahua

GRACIELA DEL CARMEN SANDOVAL LUJÁN
Universidad Autónoma de Chihuahua

EDUARDO DOMÍNGUEZ ARRIETA
Universidad Autónoma de Chihuahua

LUIS LUJAN VEGA
Universidad Autónoma de Chihuahua

Resumen

El presentismo se manifiesta cuando el empleado acude a trabajar pero por problemas de salud no se desempeña al cien por ciento mermando su productividad. El objetivo de este estudio fue determinar si hubo o no presentismo en empresas de fabricación de muebles en Delicias, Chih., además precisar las principales enfermedades que lo ocasionaron y las razones que tuvieron los empleados para acudir a trabajar estando enfermos. Se utilizó un cuestionario estructurado de preguntas cerradas para indicar el presentismo y ausentismo. Se encontraron como resultados que se manifiesta presentismo en esas empresas y la prevalencia del resfrío común gripe como principal enfermedad que lo origina. Algunas condiciones de salud pueden tener impacto que otras, por lo que hay que saber a dónde se deben enfocar los esfuerzos de las organizaciones.

Palabras Clave: *presentismo, pérdida de productividad, factores del presentismo.*

Abstract

Presenteeism occurs when the employee goes to work, but due to health problems does not give its one hundred percent, declining productivity. The objective of this study was to determine whether presenteeism existed or not in furniture manufacturing companies in Delicias, Chih. Also, to specify the most frequent diseases that caused it and what reasons the employees had for going to work while being sick. A structured questionnaire of closed questions was used to indicate presenteeism and absenteeism. They were found as results that manifests presenteeism in these companies and the prevalence of the common cold flu as the main disease that originates it. Some health conditions can have impact more than others, so it has to be known where the efforts of the organizations should be focused.

Keywords: *presenteeism, loss of productivity, presenteeism factors*

Introducción

Los problemas de salud de los empleados tienen un impacto significativo en su productividad, los empleadores incurren en costos indirectos relacionados con la enfermedad de sus empleados como la pérdida de productividad mientras el empleado está en el trabajo pero por problemas de salud no se desempeña al cien por ciento, a ese fenómeno se le ha llamado presentismo. No obstante, el presentismo, es un concepto que sorprende, se desconoce o se confunde con otros términos. Es relativamente un concepto nuevo, convirtiéndose en un tema popular en las últimas dos décadas. Aunque hay algunos estudios significativos acerca de ello, falta mucho por recorrer.

En los últimos años ha crecido el interés en la investigación sobre el tema, debido a una baja en la productividad y a los costos que pueden pasar inadvertidos para el empleador, además el presentismo puede estar relacionado con un mayor riesgo de enfermedad porque disminuye las oportunidades de recuperarse al no reposar la enfermedad, además de que existe el riesgo de contagio a los compañeros, diferentes investigaciones revelan que los impactos más significativos de la salud pueden no estar en el ausentismo, sino en el presentismo, esto es, la capacidad del trabajador para satisfacer las demandas de su trabajo debido a su salud (Amick, 2000, citado por Casillas, 2014). En ese mismo sentido estudios experimentales han encontrado asociaciones entre el agotamiento mental y la susceptibilidad al resfriado común (Cohen, Tyrrell y Smith, 1991 citados por Aronsson y Gustafsson, 2005). Por otro lado, las

diversas investigaciones que se han llevado a cabo sobre presentismo son principalmente en el área de la salud y educación (Aronsson y Gustafsson, 2005; Lazo y Roldán, 2015) en Estados Unidos Hemp (2004) encontró que los costos por presentismo son más altos que los costos de ausentismo por enfermedad, además puntualizó que hay menos pérdida si la persona enferma se queda en casa a que se presente a trabajar enferma; los hallazgos en otros estudios (Garrow, 2016; Goetzel et al., 2004) coinciden en que los costos por presentismo son mayores que los del ausentismo, además están asociados a condiciones de salud, como alergias, artritis, asma, cáncer, depresión, diabetes, migraña, entre otras.

El objetivo de este estudio fue precisar si existe presentismo por enfermedad y si fue así, cuáles fueron las principales enfermedades que lo originaron, así como las razones por las que acudieron a trabajar a pesar de estar enfermos. Es importante esta investigación ya que de acuerdo a los resultados obtenidos en diversas investigaciones el presentismo es un fenómeno que merma la productividad de los trabajadores y los empleadores están pagando su costo sin saberlo ya que es un concepto que en su mayoría desconocen.

Presentismo

Ya en 1978, Steers y Rhodes expresaban su preocupación por el impacto de asistir al trabajo estando enfermo, sugiriendo que un poco de ausentismo puede ser bueno para una organización, mientras que la dependencia excesiva de las cifras de ausentismo como medida de productividad puede ser contraproducente con consecuencias desfavorables para organizaciones y empleados por igual (Steers & Rhodes, 1978) based on the literature, that attendance is directly influenced by 2 primary factors: (a. El término presentismo se ha venido utilizando desde hace algunos años, aunque su definición es bastante vaga. El vocablo fue acuñado por Cary Cooper, una de las principales autoridades del mundo sobre la salud y el bienestar en el lugar de trabajo, él sostiene que este se da cuando las personas están físicamente presentes en el lugar de trabajo pero funcionalmente ausentes (Cooper, 1996); por otro lado, en un estudio llevado a cabo por Aronsson, Gustafsson, y Dallner (2000) se hace alusión al término como un fenómeno, refiriéndose a las personas que a pesar de la enfermedad y la mala salud, las cuales deberían generar que el empleado descansara y faltara al trabajo, seguían presentándose a trabajar; así mismo otros estudios definen el presentismo como una reducción de la productividad debido a condiciones relacionadas con la salud (Burton, Pransky, Conti, Chen,

& Edington, 2004; Schultz, Chen, & Edington, 2009). De acuerdo a Martínez (2013) “el presentismo no es solo estar sin estar, sino permanecer en el sitio de trabajo con una sensación de obligatoriedad solo para hacerse visible y evitar el despido”. En el presentismo también intervienen situaciones como la competencia y las exigencias laborales.

Es así que al citar el término presentismo se pueden derivar dos acepciones: presentismo por enfermedad y presentismo por no-enfermedad (*sickness presenteeism* y *non-sickness presenteeism* por su referencia en inglés), sin embargo en ambos casos a menudo se ve reducida la productividad del empleado (Hemp, 2004; Juárez-García, 2007), la cual puede presentarse como retraso en la entrega de informes o trabajos, problemas para concentrarse en la tarea asignada, la cual pudiera llevarse a cabo con errores o fallas que demuestran que el empleado no está en condiciones de sobrellevar la carga ya sea física o mental (Lazo y Roldán, 2015).

El primer tipo es presentismo por enfermedad, el cual se relaciona con situaciones en donde los empleados acuden a trabajar enfermos, ya sea física o mentalmente y esas condiciones reducen su productividad en el trabajo (Aronsson, Gustafsson, y Dallner, 2000; Dew, Keefe, y Small, 2005). Frecuentemente las personas acuden a trabajar aún y cuando no se sienten bien, trabajan con migraña, alergias, dolor de espalda entre otras condiciones, las cuales frecuentemente merman su propio desempeño y productividad, además de poner en riesgo de contagio a sus compañeros de gripe o resfriado por ejemplo, lo que puede contribuir a que haya un mayor presentismo o ausentismo por enfermedad en la empresa (Hooper, 2011), además de que suelen ser menos productivos. De acuerdo a Loeppke, Edington y Bég (2010) la mala salud de los empleados reduce su productividad, en comparación con una persona sana, es más probable que un empleado enfermo se ausente del trabajo y si acude a trabajar, es decir que manifiesta presentismo, será menos productivo. Conforme Aronsson et al., (2000) algunas investigaciones, sobre todo en Estados Unidos y en el Reino Unido, el presentismo se ve reflejado en una disminución en el desempeño laboral de los empleados, quienes no realizan su trabajo con la misma dedicación, ya sea por estar enfermos, padecer depresión, estrés, utilizar el celular, entre otras condiciones. Las consecuencias de su insuficiente desempeño pueden ser diversas, desde un pobre servicio al cliente, hasta problemas más serios, como accidentes en el lugar de trabajo. Así mismo, al sentirse mal, es difícil que los empleados presten la misma atención a su trabajo, lo que los hace más proclives a causar o tener accidentes en el trabajo, lo que definitivamente puede aumentar el costo de la prima de seguros.

El segundo tipo es el presentismo por no-enfermedad, que es cuando los empleados van a trabajar mientras experimentan condiciones en su vida que no están relacionadas con alguna enfermedad, por ejemplo dificultades personales financieras, presión percibida en el lugar de trabajo, problemas legales o familiares, entre otros y a causa de ello tienen un desempeño por debajo de su capacidad (D'Abate y Eddy, 2007), otra condición es la inseguridad laboral considerada sobre todo a raíz de la crisis económica de España (Reyes, 2014), los empleados trabajan horas excesivas como una expresión para hacer frente a la inseguridad del trabajo o al desempleo, no quieren ausentarse por temor a perder su trabajo, el presentismo se manifiesta cuando los empleados acuden a trabajar, llegan más temprano y se quedan hasta más tarde, la gente cree que asegura su trabajo mostrando compromiso con la organización y lo hacen consistentemente (Fernandez, 2011) lo irónico es que trabajar de esa forma no sólo aumentará el costo de los productos y servicios, también la persona se enfermará por trabajar largas horas (Cooper, 2010), en el mismo sentido en el portal trabajando.com se considera el presentismo como un práctica que adoptan los empleados que están físicamente en su trabajo, pero ausentes en sus funciones. El miedo a perder el empleo, a quedarse sin salario y estar desempleado aumenta considerablemente el estrés y la ansiedad en las personas, además que el presentismo se debe principalmente a la falta de motivación de los empleados, lo que significa que aunque estén en su puesto de trabajo, su desempeño disminuye (Chico, 2013).

Es interesante destacar que la mayoría de las investigaciones en torno al presentismo se han hecho en el área de cuidados de las personas, como médicos, enfermeras, maestros de preescolar y de primaria entre otros, por lo que existe un área de oportunidad en las empresas que no son de servicios (Gunnar Aronsson y Gustafsson, 2005).

Factores del Presentismo

Existen diferentes estudios que identifican las causas que originan el presentismo, estos factores se pueden clasificar en: de salud física, de salud mental, ocupacionales u organizacionales y personales entre otros (Casillas, 2014; Garrow, 2016; Shropshire & Kadlec, 2012) Tabla 1.

Dentro de los factores de salud física se consideran: 1) las enfermedades agudas, que son aquellas que tienen un inicio y un fin bien definido además de ser de corta duración, como resfríos, gripe, alergias estacionales, dolor agudo de la espalda baja, migraña, molestias gastrointestinales, cólicos, entre otras;

2) las enfermedades crónicas que se caracterizan por ser de larga duración y progresión generalmente lenta, como enfermedades pulmonares, artritis, osteoartritis, asma, afecciones cardiacas por mencionar algunas, y 3) hábitos de salud como tabaquismo, obesidad, alcoholismo, una mala alimentación y falta de actividad física (Aronsson y Gustafsson, 2005; Howard, Howard, y Smyth, 2012).

En relación a los factores de salud mental, estudios han demostrado la existencia de cuadros depresivos y trastornos de ansiedad asociados al presentismo (Burton, Shultz, Chen, & Edington, 2008). También se ha demostrado que la angustia psicosocial como la ansiedad, depresión y el estrés desempeñan un papel significativo en el presentismo, ausentismo y en la disminución de la productividad de los trabajadores; Martínez (2013) afirma que al sobrepasarse las capacidades mentales de los empleados, éstos comienzan a mostrar estrés, angustia, ansiedad e irritabilidad, manifestándose en presentismo, lo que impacta directamente en el trabajo.

Factores ocupacionales u organizacionales: el tipo de empleo, nivel de la demanda y control del empleo, ocasionan el trabajar bajo presión, lo que está relacionado directamente con el presentismo, a más presión laboral, presión para asistir al trabajo, más alto nivel de presentismo (Flores-Sandí, 2006); así mismo, el síndrome de Burnout es otro factor que incide en el presentismo, siendo común en los empleados que consistentemente tienen altos niveles de estrés ya sea físico o psicosocial (Martínez, 2013; McGregor, Iverson, Caputi, Magee, & Ashbury, 2014); la flexibilidad de horarios, la satisfacción laboral, reemplazabilidad, la inseguridad laboral, entre otros son también factores que inciden en el presentismo (Cooper, 2010; Martínez, 2013; Reyes, 2014).

Y por último los factores personales como las perturbaciones del sueño, género, edad, problemas financieros, familiares entre otros, propician el presentismo en los empleados (Martínez, 2013). En una investigación llevada a cabo en Brasil se concluyó que la cantidad y calidad de sueño repercute directamente en presentismo y en la productividad de los empleados (Cardoso & Postigo, 2014); por otra parte Milano (2005) sostiene que los empleados también pueden distraerse seriamente por las presiones del cuidado de niños o ancianos, o por tensiones matrimoniales, problemas legales o financieros y, por lo tanto, perder tiempo productivo de trabajo.

Tabla 1. Factores que Originan Presentismo

	<i>Factor</i>
<i>Salud física</i>	<p>Enfermedades agudas o Condiciones de dolor agudo:</p> <p>Alergias estacionales, resfríos, gripe, migraña, cólicos, dolor agudo de la espalda baja, molestias gastrointestinales, dolor de cuello.</p> <p>Enfermedades crónicas o de dolor crónico: asma, enfermedades pulmonares, artritis, osteoartritis, fibromialgia, esclerosis múltiple, lesiones musculoesqueléticas</p> <p>Hábitos de salud: tabaquismo, alcoholismo y obesidad; mala alimentación y falta de actividad física</p>
<i>Salud mental</i>	<p>Ansiedad</p> <p>Depresión</p> <p>Estrés</p>
<i>Factores Organizacionales u Ocupacionales</i>	<p>Burnout</p> <p>Tipo de empleo, nivel de la demanda y control del empleo</p> <p>Flexibilidad de horarios</p> <p>Satisfacción laboral</p> <p>Reemplazabilidad</p> <p>Downsizing (inseguridad laboral)</p> <p>Temporalidad, tipo de contrato</p> <p>Profesión</p>
<i>Factores Personales</i>	<p>Perturbaciones del sueño</p> <p>Género</p> <p>Edad</p> <p>Interferencia del trabajo en la vida familiar</p>

Fuente: Elaboración propia.

Determinación del Presentismo

La medición del presentismo es claramente más difícil que la de ausentismo y el tema es todavía relativamente nuevo en términos de interés organizacional. No obstante hoy en día se cuenta con una serie de instrumentos para determinar la relación del presentismo con la salud tanto física como mental, así como para estimar los costos derivados del mismo. De acuerdo a un panel de expertos la medición del presentismo puede incluir: 1) tiempo no dedicado al trabajo (por ejemplo, estar en el lugar de trabajo, pero sin trabajar), 2) disminución de la calidad del trabajo (por ejemplo, aumento de las tasas de lesiones, desperdicio de productos, defectos del producto), 3) disminución de la cantidad de trabajo, 4) factores interpersonales de empleados insatisfactorios (como trastornos de la personalidad), y 5) cultura laboral insatisfactoria (Loeppke et al., 2003; Schultz, Chen, y Edington, 2009).

Con el propósito de medir el presentismo en los últimos años se han elaborado diferentes instrumentos, en su mayoría enfocados a medir el presentismo por enfermedad, sin embargo existen algunos que consideran otros factores como los ocupacionales o personales. Usualmente el presentismo se mide usando instrumentos de autoinforme que se aplican a los empleados a través de una serie de preguntas sobre su reciente desempeño laboral, algunos se refieren a cómo percibió su desempeño las últimas dos, cuatro semanas, otros consideran 3 meses y algunos hasta un año atrás. Además del desempeño laboral se les cuestiona por la cantidad de días perdidos por enfermedad, la incapacidad de llevar a cabo las tareas asignadas en cuanto a rendimiento y productividad con los estándares establecidos, entre otras preguntas en ese mismo tenor. Además de los instrumentos, el presentismo se puede medir a partir de los registros de productividad laboral de los empleados, sin embargo no es aventurado decir que la falta de recursos a nivel organizacional de algunos empleadores, sobre todo las pequeñas y medianas empresas, implica la falta de procesos conformados para registrar toda la información relacionada con la productividad de sus empleados. No obstante que la mayoría de los empleadores tienen las condiciones para llevar registro de la ausencia de los empleados, muchos carecen de sistemas apropiados para medir los aspectos de la productividad a los que el presentismo puede afectar, así mismo no cuentan con la información sobre qué enfermedades o qué condiciones de salud específicas afectan a sus empleados y que derivan en ausentismo por enfermedad o presentismo por enfermedad (Howard et al., 2012). A continuación se presentan diversos instrumentos de autoinforme utilizados para medir el

presentismo por enfermedad: a) Cuestionario estructurado de Vara (2013) en una muestra representativa nacional de 211 empresas, se entrevista a las gerencias de recursos humanos, se encuesta a 1881 trabajadores y 1309 trabajadoras para determinar el costo empresarial de la pérdida de la productividad laboral en el Perú, consecuencia de la violencia contra las mujeres en relaciones de pareja. El 23.24% de trabajadoras remuneradas del Perú ha sido víctima durante los últimos 12 meses de algún tipo de violencia por parte de sus parejas o ex parejas, en un promedio de 4 veces por año. Bajo estas consideraciones, es posible que existan en las empresas del Perú, 450 mil 586 mujeres que han sufrido VCM al menos una vez durante el último año. Producto de la VCM, se está perdiendo 70 millones de días laborales por año, representado una pérdida de valor agregado empresarial mínimo de 6 mil 744 millones de dólares americanos, equivalente al 3.7% del producto bruto interno (PBI, considera 53 preguntas, es un cuestionario estructurado basado en el auto-reporte para determinar la violencia contra las mujeres y costos de ausentismo y presentismo, utiliza escalas de medición y preguntas de información demográfica y laboral, b) Endicott Work Productivity Scale (EWPS), cuenta con 25 preguntas, es un instrumento diseñado para medir el ausentismo y el presentismo relacionados con cualquier enfermedad o trastorno, c) Health and Labor Questionnaire (HLQ), consta de 23 items, mide cuatro módulos de actividad, incluyendo ausentismo laboral, presentismo laboral, actividad familiar e impedimentos para el trabajo y la productividad en los hogares, relacionados con la salud, d) Health and Work Performance Questionnaire (HPQ), utiliza 24 preguntas, toma en cuenta la ausencia por enfermedad, el presentismo y los incidentes críticos, e) Health and Work Questionnaire (HWQ) que consta de 24 items y mide en una escala de Likert la productividad, impaciencia, irritabilidad, concentración, enfoque, satisfacción laboral, basada en la autopercepción del empleado, la visión de trabajo de su compañero y la visión de su supervisor sobre su trabajo, f) Stanford Presenteeism Scale (SPS-6), en su versión de 6 preguntas utiliza una escala de Likert para medir la relación entre la salud y la productividad del empleado, g) Work Limitations Questionnaire (WLQ) es un instrumento válido y fiable para medir el ausentismo y el presentismo a través de 25 preguntas, el último en mencionar es el h) Work Productivity and Activity Impairment Questionnaire (WPAI) que con 6 items mide el efecto de la salud sobre la productividad dentro y fuera del trabajo.

¿Por qué los empleados van a trabajar enfermos?

Además de los resultados arrojados por los cuestionarios, es importante conocer qué motiva a las personas a acudir a trabajar presentando problemas

de salud, de acuerdo a estudio británico son dos los principales factores que provocan que los empleados no pidan incapacidades por enfermedad en caso de problemas de salud, el primero es el trabajar en equipo, ya que esto hace que se sientan responsables de ese equipo, en segundo lugar es que las políticas organizacionales en cuanto al número de incapacidades por enfermedad permitidas en un período de tiempo (Grinyer y Singelton, 2000; citados por Aronsson y Gustafsson, 2005).

Por otro lado, Hansen y Andersen, (2008) refieren que los factores que influyen en la decisión de presentarse a trabajar estando en enfermo se pueden dividir en tres áreas principales: 1) factores relacionados con el trabajo, 2) circunstancias personales y 3) actitudes. En los factores relacionados con el trabajo señalan 4 : a) la presión del tiempo, ya que los empleados se mostrarán reacios a tomar una incapacidad por enfermedad porque se enfrentarán a una acumulación de tareas cuando regresen al trabajo, b) el control sobre las tareas de trabajo, porque aquellos empleados con un alto grado de control sobre sus tareas de trabajo son más propensos a acudir enfermos a trabajar porque pueden modificar sus tareas laborales de manera que puedan continuar a pesar de su mala salud, c) su relación con los colegas, ya que los empleados serán más dependientes entre sí porque las tareas de una persona con incapacidad por enfermedad deberán compartirse con menos compañeros, y d) las condiciones del empleo, se cree que la inseguridad laboral influye en la decisión de ir enfermo a laborar cuando las personas temen perder su trabajo. Los empleados con empleo temporal también enfrentan este tipo de temor porque su situación laboral es ciertamente insegura. En cuanto a las circunstancias personales, Hansen y Andersen (2008) mencionan que: a) la situación financiera del empleado se ve mermada al faltar al trabajo, ya que el salario de algunos de ellos dependen de suplementos salariales, b) la vida familiar, porque es probable que empleados que generalmente están insatisfechos con su vida familiar, vayan a trabajar cuando estén enfermos, ya que les resulta más atractivo ir al lugar de trabajo que quedarse en casa, también un gran número de hijos o un cónyuge enfermo podrían considerarse factores que hacen que la vida en el hogar sea más agotadora, y c) factores psicológicos, una característica de la personalidad que dificulta que las personas digan no a los deseos y demandas de otras personas, el compromiso laboral excesivo. Hansen y Andersen concluyeron en su estudio que un fuerte compromiso con el trabajo aumentará la probabilidad de presentismo por enfermedad.

En términos similares a los mencionados, Caverley, Cunningham, & Macgregor, (2007) concluyeron que son cinco las razones principales por las que los empleados acuden a trabajar mientras están enfermos o lesionados. La razón número uno es el compromiso laboral, que otros dependen de ellos, no tienen un suplente y en caso de llegar a faltar son cubiertos por otro empleado o por su supervisor, la segunda razón es la fuerte carga de trabajo, usualmente una gran cantidad de trabajo para manejar a diario personalmente, en tercer lugar está la necesidad de cumplir con los plazos ya que constantemente se trabaja bajo presión en cuestión de entrega de resultados, la cuarta razón son los compromisos de trabajo y la necesidad de asistir a las reuniones y la quinta razón es la autopercepción de no sentirse tan mal como para no ir a trabajar.

Metodología

La investigación se realizó en el mes de marzo de 2018 en empresas de fabricación de muebles de madera ubicadas en el municipio de Delicias, Chih. Mx. El diseño fue no experimental transeccional descriptivo. La variable estudiada fue presentismo por enfermedad, cuya definición conceptual es: fenómeno en el que los empleados acuden a trabajar enfermos, ya sea física o mentalmente y esas condiciones reducen su productividad en el trabajo. La población de estudio estuvo conformada por 24 empleados, de los cuales 23 fueron del área de producción y 1 administrativo. Para determinar si se ejerció o no el presentismo se aplicó un cuestionario validado de 31 preguntas cerradas basado en el elaborado por Vara en 2013, en el que además se recabó la información relacionada a las enfermedades con más incidencia.

Resultados

Participaron 24 empleados de los cuales el 16.7% fueron mujeres y el 83.3% hombres. La edad promedio fue de 35 años. El promedio de horas trabajadas por semana es de 47.6 horas, los sueldos mensuales oscilan entre los 2,650.00 y los 5,000.00.

A los encuestados se les pidió que recordaran el número de días durante las últimas cuatro semanas en que se presentaron a trabajar a pesar de estar enfermos, el 75% de los empleados acudió a trabajar sintiéndose enfermo al menos una vez en las últimas cuatro semanas.

El estudio reveló que la gripe o el resfrío, la lumbalgia, el estrés, las molestias gastrointestinales y la migraña/dolor de cabeza, fueron los cinco principales problemas de salud con los que los encuestados fueron a trabajar (Tabla 2).

Tabla 2. Problemas de Salud con los que los Empleados Acudieron a Trabajar

<i>Enfermedad</i>	<i>Días totales de presentismo por enfermedad:</i>	<i>Personas que presentaron esta enfermedad</i>
Resfrío, gripe	24	7
Lumbalgia	13	3
Estrés	13	2
Molestias gastrointestinales	11	3
Migraña/dolor de cabeza	10	5
Otras	9	2
Depresión	8	2
Alergias estacionales	6	3
Hipertensión	1	1
Asma/enfermedades respiratorias	0	0
Enfermedades pulmonares	0	0
Malestar por artritis	0	0
Malestar por cáncer	0	0
Malestar por diabetes	0	0
Ansiedad	0	0
TOTAL	95	

Fuente: Elaboración propia.

Con relación al presentismo, del 75% de los empleados que acudieron a trabajar sintiéndose enfermos, el 44.4% tuvo problemas para concentrarse al menos una cuarta parte del tiempo, por otro lado, el 33.3% trabajó más lento de lo usual y el 38.9% estuvo trabajando cansado o exhausto al menos una cuarta parte de su jornada laboral. El 27.8% al menos en una cuarta parte de su jornada laboral no trabajó en momentos en que se suponía debía estar trabajando y el 38.9% se percató de que no estaba trabajando tan cuidadosamente como debería. Ninguno de los empleados tuvo que dejar de trabajar la jornada laboral

completa por problemas de salud y tampoco estos le impidieron completar su trabajo, sin embargo el 44.4% cometió algún error o tuvo defectos en su trabajo al menos una cuarta parte del tiempo, aun así ninguno tuvo un accidente que provocara daños, demoras o algún riesgo de seguridad.

En relación al ausentismo, la investigación arrojó que el 12.5% de los empleados faltó al menos un día en las últimas cuatro semanas para atender su salud física o mental, el 20.8% para atender la salud o cuidar de algún familiar, el 12.5% faltó para atender cuestiones legales, financieras o personales y el 4.2% no especificó la razón de su ausencia al trabajo.

Las dos principales razones citadas para ir a trabajar a pesar de estar enfermos (podían referir más de una) fueron porque piensan que su enfermedad no es tan grave y por compromiso laboral (Tabla 3).

Tabla 3. Razones por las que los Empleados Acudieron a Trabajar a Pesar de Estar Enfermos

<i>Razón por la que asiste a trabajar a pesar de estar enfermo</i>	<i>Porcentaje</i>
Su enfermedad no es grave y que todavía pueden trabajar	83.3%
Compromiso laboral	66.6 %
Va a trabajar porque de lo contrario le descuentan el día	61.1%
La asistencia al trabajo es uno de los indicadores de desempeño	33.3%
Tiene mucho trabajo por terminar y no puede permitirse faltar	27.38%
Se siente culpable por faltar a su trabajo	22.25
Considera que no hay nadie para reemplazarlo si no va a trabajar	16.7%

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

Tres cuartas partes de la plantilla de trabajadores de la empresa ha ido a trabajar estando enfermo al menos una vez en las últimas cuatro semanas, esto se puede traducir en que en un acumulado de 95 días los empleados estuvieron presentes en el lugar de trabajo pero al menos una cuarta parte de ese tiempo no trabajaron al cien por ciento, ejercieron presentismo, lo cual derivó en un algún error o algún defecto en su trabajo.

Considerando que la gripe o el resfrío es la enfermedad con más incidencia con la que los empleados acuden a trabajar y que la principal razón por la que lo hacen es porque consideran que esa enfermedad no es grave, es importante que las autoridades de la empresa estén conscientes de que esa situación puede generar un mayor presentismo o ausentismo por enfermedad, además de poner en riesgo de contagio a los compañeros (Hooper, 2011).

El presentismo se da por diversas causas, pero básicamente se manifiesta en distracción laboral y agotamiento físico y mental, por lo que es necesario que la empresa esté atenta a este fenómeno y lo atienda, lo cual puede hacer a través de una mayor flexibilidad laboral. Por otra parte, ciertas condiciones de salud pueden tener más impacto en el presentismo que otras, por lo que los empleadores deben saber a dónde enfocar sus esfuerzos primero, ayudar a que sus empleados estén lo más sanos posible es una estrategia posible.

La mayoría de las faltas al trabajo fueron por temas relacionados con la salud personal o familiar y el hecho de que el presentismo por enfermedad sea un predictor del ausentismo por enfermedad (Hansen y Andersen, 2008) se puede concluir que las organizaciones deben desarrollar estrategias que tengan una visión más holística de la salud del empleado más que centrarse en reducir el ausentismo.

Referencias Bibliográficas

- Aronsson, G., & Gustafsson, K. (2005). Sickness presenteeism: Prevalence, attendance-pressure factors, and an outline of a model for research. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 47(9), 958–966. <https://doi.org/10.1097/01.jom.0000177219.75677.17>
- Aronsson, G., Gustafsson, K., & Dallner, M. (2000). Sick but yet at work. An empirical study of sickness presenteeism. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 54, 502–509. <https://doi.org/10.1136/jech.54.7.502>
- Burton, W. N., Pransky, G., Conti, D. J., Chen, C.-Y., & Edington, D. W. (2004). The Association of Medical Conditions and Presenteeism. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 46(Supplement), S38–S45. <https://doi.org/10.1097/01.jom.0000126687.49652.44>
- Burton, W. N., Shultz, A., Chen, C.-Y., & Edington, D. W. (2008). The association of worker productivity and mental health: a review of the literature. *International Journal of Workplace Health Management*, 1(2)(January), 78–94. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/17538350810893883>

- Cardoso, R., & Postigo, Q. (2014). Productivity and Presenteeism - a Question of Sleep Well. *Independent Journal of Management & Production*, 5(2), 417–437. <https://doi.org/10.14807/ijmp.v5i2.114>
- Casillas, M. E. (2014). *Understanding the role and responsibility of leaders in building a culture of health and wellness in an academic setting and how it shapes the distribution of presenteeism*. THE UNIVERSITY OF TEXAS SCHOOL OF PUBLIC HEALTH. THE UNIVERSITY OF TEXAS SCHOOL OF PUBLIC HEALTH.
- Caverley, N., Cunningham, J. B., & Macgregor, J. N. (2007). Sickness Presenteeism, Sickness Absenteeism, Service Organization. *Journal of Management Studies*, 44(2), 304–319. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00690.x>
- Chico, M. (Directora G. (2013). *trabajando.com*. Retrieved from <https://www.trabajando.com.mx/contenido/noticia/1387201075/Presentismo-Laboral--El-nuevo-fenomeno-por-temor-a-perder-el-empleo.html>
- Cooper, C. L. (2010). Good day at work: Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=firSwj_3jBM
- D'Abate, C. P., & Eddy, E. R. (2007). Engaging in Personal Business on the Job: Extending the Presenteeism Construct. *Human Resource Development Quarterly*, 18(3), 36–383. <https://doi.org/10.1002/hrdq>
- Dew, K., Keefe, V., & Small, K. (2005). “Choosing” to work when sick: Workplace presenteeism. *Social Science and Medicine*, 60(10), 2273–2282. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2004.10.022>
- Fernandez, R. (2011). El presentismo laboral. Una amenaza silenciosa. *Gestión Práctica de Riesgos Laborales: Integración y Desarrollo de La Gestión de La Prevención*, 83, 34–39. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3655242>
- Flores-Sandí, G. (2006). Presentismo: Potencialidad en accidentes de salud. *Acta Médica Costarricense*, 48(1), 30–34. Retrieved from http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S0001-60022006000100006&script=sci_arttext
- Garrow, V. (2016). *Presenteeism: A review of current thinking*. Brighton, United Kingdom: Institute of Employment Studies.
- Goetzel, R. Z., Long, S. R., Ozminkowski, R. J., Hawkins, K., Wang, S., & Lynch, W. (2004). Health, Absence, Disability, and Presenteeism Cost Estimates of Certain Physical and Mental Health Conditions Affecting U.S. Employers. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 46(4), 398–412. <https://doi.org/10.1097/01.jom.0000121151.40413.bd>

- Hansen, C. D., & Andersen, J. H. (2008). Going ill to work - What personal circumstances, attitudes and work-related factors are associated with sickness presenteeism? *Social Science and Medicine*, 67(6), 956–964. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2008.05.022>
- Hemp, P. (2004). Presenteeism: At Work—But Out of It. *Harvard Business Review* *Www.Hbr.Org*. Retrieved from www.hbr.org
- Hooper, P. D. (2011). *Presenteeism*. Retrieved from <http://www.cidmcorp.com/wp-content/uploads/2012/10/PRESENTEEISM-CID-Management-White-Paper.pdf>
- Howard, K. J., Howard, J. T., & Smyth, A. F. (2012). The Problem of Absenteeism and Presenteeism in the Workplace. In R. J. (Department of P. U. of T. at A. Gatchel & I. Z. (Department of E. and C. P. U. of B. C. Schultz (Eds.), *Handbook of Occupational Health and Wellness, Work, and Disability*. (pp. 151–179). New York: Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-4839-6_8
- Juárez-García, A. (2007). La Dimensión de Fatiga-Energía como Indicador de Presentismo: Validez de una Escala en Trabajadores Mexicanos THE. *Ciencia & Trabajo*, 24(9), 55–60.
- Lazo, A., & Roldán, B. (2015). Implicaciones del presentismo en la productividad laboral del área de la salud. *Medicina Legal de Costa Rica- Edición Virtual*, 32(1). Retrieved from <http://www.scielo.sa.cr/pdf/mlcr/v32n1/art18v32n1.pdf>
- Loeppke, R., Edington, D. W., & Bég, S. (2010). Impact of the Prevention Plan on Employee Health Risk Reduction. *Population Health Management*, 13(5), 275–284. <https://doi.org/10.1089/pop.2010.0027>
- Loeppke, R., Hymel, P. A., Lofland, J. H., Pizzi, L. T., Konicki, D. L., Anstadt, G. W., ... Scharf, T. (2003). Health-related workplace productivity measurement: General and migraine-specific recommendations from the ACOEM Expert Panel. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 45(4), 349–359. <https://doi.org/10.1097/01.jom.0000063619.37065.e2>
- Martínez, V. (2013). El “presentismo” laboral impacta 4 o 5 veces más que el ausentismo. Retrieved April 8, 2016, from <http://www.unipymes.com/el-presentismolaboral-%0Aimpacta-4-o-5-veces-mas-que-el-ausentismo/>
- McGregor, A., Iverson, D., Caputi, P., Magee, C., & Ashbury, F. (2014). Relationships between work environment factors and

presenteeism mediated by employees. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 56(12), 1319–1324. <https://doi.org/10.1097/JOM.0000000000000263>

- Milano, C. (2005). Being there: can coming to work be a risk? *Risk Management*.
- Reyes, J. F. (2014). Presentismo en Enfermería. Implicaciones en seguridad del paciente. Posibilidades de control y reducción. *Enfermería Global*, 35, 362–373. <https://doi.org/10.6018/eglobal.13.3.172291>
- Schultz, A. B., Chen, C.-Y., & Edington, D. W. (2009). The Cost and Impact of Health Conditions on Presenteeism to Employers A Review of the Literature. *Pharmacoeconomics*, 27(5), 365–378.
- Shropshire, J., & Kadlec, C. (2012). Where are you going? A comparative analysis of job and career change intentions among USA it workers. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 17(2), 1–20. <https://doi.org/10.1002/job>
- Steers, R., & Rhodes, S. (1978). Major influences on employee attendance: a process model. *Journal of Applied Psychology*, 63, 391–407.
- Vara, A. (2013). *Los costos empresariales de la violencia contra las mujeres en el Perú*. Perú.

El Compromiso Organizacional de los Empleados Basado en la Organización de la Empresa

LLAREMI HERNÁNDEZ SÁNCHEZ
Universidad Autónoma de Baja California

KARINA GAMEZ GAMEZ
Universidad Autónoma de Baja California

LORENA ALVAREZ FLORES
Universidad Autónoma de Baja California

Resumen

La presente investigación es resultado de un proyecto de investigación llevada a cabo en el Valle de San Quintín, siendo las micro, pequeñas y medianas empresas el factor clave para iniciar con este proyecto debido a la importancia que tienen en la economía de la región. La organización de las MIPYMES es un aspecto fundamental para lograr trabajadores comprometidos con la misma, por lo que el pequeño empresario que tiene deseos de tener una empresa fortalecida debe tomar en cuenta los elementos básicos de la organización formal. Es de gran importancia reconocer que problemas trae consigo la forma de organizar una microempresa desde el compromiso de los trabajadores hasta el funcionamiento de la misma con respecto a la forma de organización. Dado que la investigación gira entorno a los pequeños empresarios para determinar si la organización

influye directa o indirectamente en el compromiso que los empleados tienen hacia la misma se diseñó una encuesta que posteriormente fue aplicada en el área geográfica de San Quintín. Los resultados permiten conocer la forma de organización y proponer estrategias a esta región económica.

Palabras clave: *mipymes, compromiso, organización.*

Abstract

The present investigation is the result of a project carried out in the San Quintín Valley, being the micro, small and medium enterprises the key factor to start with this project due to the importance they have in the economy of the region. The organization of MIPYMES is a fundamental aspect to achieve workers committed to it, so the small business owner who wants to have a strengthened company must take into account the basic elements of the formal organization. It is very important to recognize the problems that come with the way of organizing a microenterprise from the commitment of the workers to the operation of the same with respect to the form of organization. Since the research revolves around small entrepreneurs to determine if the organization directly or indirectly influences the commitment that employees have towards it, a survey was designed that was subsequently applied in the geographical area of San Quintin. The results allow knowing the organization form and proposing strategies to this economic region.

Keywords: *mipymes, commitment, organization.*

Introducción

Actualmente para la economía de México las MIPYMES representan un valor importante debido a la cantidad empleos que estas generan en el país, además de los flujos económicos que implican. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (INEGI, 2015) de un total 3,369,927 micro, pequeñas y medianas empresas el 100% de los negocios tiene deseos de crecer, sin embargo están conscientes de la dificultad que esto implica, dentro de sus principales retos a vencer esta el temor a iniciar acciones costosas que no les resulten redituables a corto plazo, de modo que es importante realizar estudios que permitan analizar qué áreas serán prioritarias para que las micro

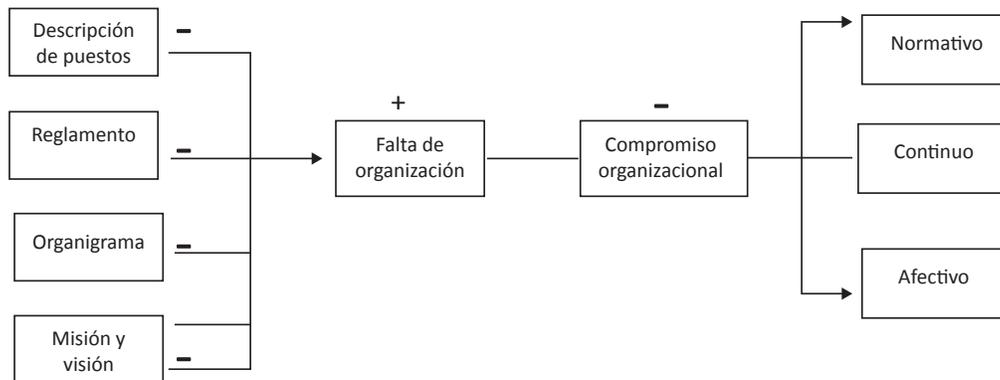
y pequeñas empresas puedan desarrollarse de manera eficiente para lograr una mayor consolidación.

Es de mencionarse que en el Valle de San Quintín predominan las MIPYMES siendo tan solo 1,164 unidades las que se ubican en la carretera transpeninsular que abarcan desde Colonet-Lázaro Cárdenas esto representa un tramo carretero de 50km. Para toda unidad es de suma importancia saber manejar de manera correcta cada elemento que pertenece a una forma de organización formal, esto implica que todas aquellas actividades que se le dan a conocer de forma verbal a cada trabajador se plasmen en un documento por escrito para garantizar el buen funcionamiento de la empresa.

Planteamiento del Problema

En la época actual, las microempresas requieren una organización que pase de la tradicional que generalmente está basada en intuición y experiencia a una forma de organización formal. Cuando las empresas independientemente de su tamaño se enfocan en encontrar nuevos modelos administrativos tienden a mejorar la solución a los problemas. Entre los principales problemas de organización de las microempresas se encuentran errores mínimos pero perceptibles que pueden llegar a convertirse en grandes focos de atención, además de la falta de comunicación, actividades inconclusas y/o realizadas de manera deficiente, ausencia de autoridad y liderazgo, así como duplicación o ausencia de realización de las actividades primordiales o auxiliares de la empresa.

Cuando los trabajadores de una empresa perciben uno o más de los síntomas de deficiencia estructural llegan a encontrarse desmotivados y con falta de compromiso con la empresa pues no la perciben como una buena opción laboral. Por lo tanto, para lograr que sus empleados se sientan comprometidos con la misma, esta debe ser un claro ejemplo de aquellas que buscan la mejora continua en la manera de organizar todos los aspectos relacionados con la microempresa, es decir, desde contar con una misión, visión, políticas, organigrama, reglamento y descripciones de puesto que le permitan a cada trabajador conocer y enfocarse en sus responsabilidades. Por lo tanto, este proyecto de investigación tuvo como objetivo conocer la forma de organización de las microempresas y como se encuentra el compromiso organizacional de los empleados de las mismas.

Figura 1. Modelo Ex-ante

Fuente: Elaboración Propia (2018).

Hipótesis

La organización de las MIPYMES influye en el compromiso organizacional de los empleados

Preguntas de Investigación

¿La organización de las MIPYMES influye en el compromiso organizacional de los empleados?

Justificación

Las microempresas son la base de la economía nacional y además son una principal fuente de empleo. Conocer la forma de organización y proponer soluciones para mejorar su operación asegura una mejor operatividad, mayores ganancias y mayor compromiso y estabilidad de sus empleados. Cuando la empresa cuenta con una forma de organización formal también influye en una evaluación del desempeño de los empleados y de los resultados obtenidos, esto permitirá al microempresario determinar cuáles realmente se están llevando a cabo de manera eficiente y que áreas se deben tomar como foco de atención para lograr un crecimiento exponencial. Ruiz (2013) menciona que el compromiso afectivo trae consigo empleados con mayor participación en el aspecto organizacional ya que presenta esa necesidad de seguir laborando como resultado al tener plena satisfacción con su trabajo.

Marco Teórico

La forma de organización de una MIPYMES abarca distintas áreas, desde saber manejar y controlar al personal para asegurarse de mantener un orden en las actividades principales de la empresa como de aquellas que son auxiliares, hasta contar con una base de organización que rija el funcionamiento de la empresa para el logro de sus objetivos (Rodríguez, 2017).

De acuerdo con Segredo (2013) la organización en las MIPYMES ha cobrado gran importancia dentro de la mismas siendo este un factor clave para el futuro de la empresa, es decir, tiempo atrás para el pequeño empresario el planificar de qué manera se llevarían a cabo las actividades no representaba un factor al cual se le debería dar prioridad ya que por su tamaño parecería no ser complejo, sin embargo al paso del tiempo y con los estudios que se han llevado a cabo se hace ver que las micro, pequeña y medianas empresas también requieren planificar sus actividades para tomar el control sobre el futuro de estas.

Según Moreira et al., (2018) la organización dentro de las micro, pequeñas y medianas empresas es un elemento crucial para lograr el éxito, por tal motivo requiere constante evolución, esto les permitirá elevar de manera extraordinaria la calidad y vida de su empresa. Considerando lo anterior las MIPYMES pueden mantenerse dentro de la competencia forjando así la estabilidad de la misma.

Para tener una forma de organización formal eficiente es necesario contar con los elementos esenciales, es decir, un organigrama que le permita a los empleados saber a quién dirigirse, descripciones de puestos para evitar la duplicidad de actividades y hacer frente al ausentismo de las mismas, además de un reglamento en que los empleados puedan basarse para mantener el orden dentro de las MIPYMES (Melo, 2014). Un obstáculo para las micro, pequeñas y medianas empresas es el no buscar alternativas de solución para los problemas que existen por falta de organización dentro de las mismas, ya que la mayoría de estas tienen presentes errores mínimos por la mala organización que bien podría pensarse no afectan el funcionamiento y el orden del entorno en la empresa, no obstante las MIPYES están siendo forzadas a formalizar la manera en que estas se organizan para disminuir o bien eliminar dichos errores (Parra, 2014).

Comenzar con el cambio es para quienes dirigen la empresa una acción muy difícil, pues no es precisamente fácil buscar soluciones y llevarlas a cabo debido a que los pequeños empresarios no creen necesario invertir tiempo en esta área. Por otra parte, tomar esta decisión implica a su vez todo

un cambio en los en funcionamiento de las MIPYMES por lo que regresar a la forma de trabajo tradicional es tentador para quienes ahí trabajan, sin embargo, el compromiso aportado por cada miembro que integra la empresa es clave para lograr el cambio (Gómez, 2013). Las MIPYMES son de gran importancia para la economía de cualquier país, por lo que el no tener una forma de organización formal impide su desarrollo y crecimiento dentro del mercado, por lo que contar con dicha forma de organización es fundamental para lograr la competitividad, siendo este el problema más grande para los pequeños empresarios ya que de ellos depende el éxito o la caída de su negocio (Del Carmen Gutiérrez et al., 2013).

Para las MIPYMES la falta de organización represente una gran desventaja a nivel competitivo con las demás empresas, mientras que dentro de la misma la inexistencia de un documento formal que contenga, las funciones a desempeñar de cada empleado, las políticas de la empresa así como la misión y visión de la misma provoca la disminución del compromiso por parte de los empleados a la empresa (Casique, 2013). Para las microempresas es fundamental tener una forma de organización eficiente, que les permita así mismo obtener empleados comprometidos con la misma. Tomando en cuenta lo anterior para lograr lo anterior e importante saber organizar cada aspecto fundamental en la empresa aumentar la eficiencia de los procesos administrativos, es decir, llevar un orden que le permita a la microempresa analizar cada cierto tiempo la efectividad con la que están siendo llevadas a cabo todas las tareas asignadas a sus trabajadores y los avances que hay para el mejoramiento de las mismas (Rua et al., 2013).

Actualmente en las microempresas puesto a que no se tiene un análisis profundo del modelo de organización que tienen les es difícil determinar la manera en que su empresa logre el éxito ya que no tienen una guía que los dirija a obtener el mejor desempeño organizacional. Para que un empleado sienta realmente compromiso organizacional influyen muchos aspectos, uno de ellos es la manera en que está organizada la empresa. Según (Radillo et al.,) citando a Allen y Meyer entienden el compromiso organizacional como un “estado psicológico que caracteriza la relación entre una persona y una organización”. Por lo tanto, este en la mayoría de las definiciones se relaciona con aspectos emocionales que como efecto de ellos logran en el individuo sentido de pertenencia con la empresa para la cual trabajan.

De acuerdo con Ruiz (2013) el compromiso de los empleados es difícil definirlo debido a que al intervenir diversos factores como, los sentimientos, objetivos o ideales de las personas estos pueden llegar a sentir compromiso ya sea con una persona, algún ideal o bien hacia la empresa para la cual trabajan siendo este el ideal para las empresas. El compromiso organizacional

de los trabajadores en las microempresas les permite a estas lograr el buen funcionamiento de sus procesos organizacionales.

Dentro de las microempresas, el compromiso organizacional en los empleados es un factor clave para el buen funcionamiento de la misma, sin embargo, para que este sujeto se sienta comprometido es importante tomar en cuenta que la satisfacción laboral interviene de forma sobresaliente ya que al sentirse satisfecho estará aportando su mayor esfuerzo en las tareas asignadas diariamente con la finalidad de alcanzar la eficiencia de su puesto. A su vez todo lo anterior dará como resultado una microempresa con una forma de organización eficiente (Zurita et al., 2014).

Desde la posición de Dávila (2014) no basta con que el empleado esté satisfecho con su trabajo para poder estar comprometido con la empresa, ya que otro aspecto que influye en su forma de actuar y tomar decisiones es su salud y bienestar que los hace sentir con un gran estado anímico para poner mayor empeño en sus labores y aumentar la productividad de las actividades dentro de la microempresa. Por otra parte, los trabajadores que no pueden separar los sucesos ocurridos en su entorno laboral tienden a no comprometerse con la empresa para la cual trabajan como resultado del estrés, la mala organización, los problemas con clientes e incluso con sus compañeros de trabajo.

De acuerdo a Ríos, Ramírez y Ferrer (2010) para lograr que una microempresa llegue al auge del éxito es importante que sus empleados estén comprometidos con la misma. El cumplimiento de este objetivo requiere de muchos factores que la microempresa deberá saber manejar, es decir, desde brindar a sus trabajadores la confianza que necesitan de modo que de manera autodidacta busque mejorar el desempeño de las actividades y tareas asignadas diariamente, hasta el hecho de dar la libertad de expresar sus ideas de mejora en el de modo que la empresa constantemente actualice su modelo de organización. Tal como señala (Ríos et al., 2010) citando a Davis y Newstrom (2000) el compromiso que un empleado tiene con la empresa, como el grado en el que un colaborador se identifica con la organización es importante para seguir participando activamente en ella.

El compromiso organizacional puede darse por diferentes circunstancias desde el punto de vista de Aguirre et al., (2013), por ello la literatura ha subrayado tres niveles los cuales son según Meyer y Allen (1997) el compromiso afectivo, compromiso normativo y continuo que bien se pueden identificar en los empleados de las microempresas ya que es fácil interpretarlos. El compromiso afectivo está basado en las emociones y sentimientos que mantienen al empleado dentro de una microempresa se fortalece al experimentar vivencias positivas que marcan probablemente la vida del empleado. El anterior compromiso

es el más presente en los empleados de una microempresa, el compromiso continuo es el que se hace presente en los empleados que toman en cuenta que al abandonar la microempresa dejarán de percibir una retribución la cual le permite a estos cubrir ciertos gastos e incluso oportunidades que ahí se le otorgaban. Finalmente, el compromiso normativo que se da por el simple hecho de sentir obligación por permanecer y aportar a la microempresa. Según Aguirre et al., (2013) citando a (Betanzos Díaz y Paz Rodríguez, 2007) “La importancia del compromiso organizacional radica en que muestra un impacto directo en las actitudes y conductas de los empleados, tales como aceptación de metas, valores y cultura de la organización, menor ausentismo y baja rotación de personal entre otras”.

Metodología

Para realizar esta investigación se diseñó una encuesta la cual se aplicó en el área geográfica de las comunidades del Valle de San Quintín debido a que es el agrupamiento rural con mayor actividad económica en el sur del municipio de Ensenada y comprende la delegación de Colonet, Camalú, Vicente Guerrero y San Quintín. Dado que no existía información actualizada sobre el número de Mipymes en la zona, para obtener la información, en primera instancia se levantó un listado con los nombres o razón social de las empresas que se ubican en la carretera transpeninsular, en el tramo carretero Colonet-Lázaro Cárdenas y que comprende una distancia aproximada de 65 km. Con este censo se realizó un listado de los negocios el cual se clasificó por delegaciones territoriales. Se listaron un total de 1,164 unidades económicas, de esta se seleccionó una muestra cuyo tamaño de 289 elementos.

Todos los elementos de la población tuvieron la misma probabilidad de ser elegidos, debido a que los cuestionarios se aplicaron al azar, sin embargo, la muestra fue proporcional al número de negocios que existen por delegación, es decir, se realizó un muestreo estratificado. Se diseñó, válido y aplicó el instrumento de recolección de información y se capacitó a los encuestadores para su correcta aplicación. La elaboración de este instrumento mide las variables de estructura organizacional, mercadotecnia, recursos humanos, marco legal, tecnologías de la información y aspectos fiscales. Se capturaron y codificaron los datos en el software estadísticos SPSS versión 23. Por último se realizó un análisis de la información obtenida para determinar las principales debilidades que tienen las microempresas de esta región con la intención de plantear estrategias que permitan mejorar su desempeño y asegurar su permanencia y consolidación. De las 289 empresas que la muestra arrojó para aplicar la encuesta, solo se pusieron aplicar 269 debido a que en

las instalaciones no se encontraba la persona encargada o bien no quisieron colaborar con la investigación.

Análisis y Discusión de Resultados

Para desarrollar esta investigación se aplicaron 268 encuestas a los dueños o encargados de las MIPYMES ubicadas en la zona comercial de este Valle y se encontró que el 65.7% de los negocios están siendo dirigidos por personas jóvenes cuya edad se encuentra entre los 26 a 40 años, seguidas por un 22.4 % son manejadas por personas de 41 a 48 años de edad.

Los resultados muestran que el 72% de los negocios tienen identificada la misión de su empresa, mientras que un reducido porcentaje del 12.4% no está enterado de esta o bien no tiene (tabla 1). Los sucesos inesperados en los negocios encuestados son muy poco frecuentes ya que más de la mitad, es decir, el 43% afirmo que nunca o casi nunca se presentan este tipo de suceso, mientras que solo el 15 % si ha tenido que enfrentarse a situaciones inesperadas.

Tabla 1. ¿Tiene Identificada la Misión de su Negocio?					
		<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>	<i>% valido</i>	<i>% acumulado</i>
<i>Válido</i>	<i>No</i>	20	7.5	7.5	7.5
	<i>Probablemente no</i>	6	2.2	2.2	9.7
	<i>No se</i>	13	4.9	4.9	14.6
	<i>Probablemente si</i>	36	13.4	13.4	28.0
	<i>Si</i>	193	72.0	72.0	100.0
	<i>Total</i>	268	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2018) con datos proporcionados por la encuesta.

A partir de los datos arrojados por la encuesta se obtuvo que el 58% de los negocios están siendo dirigidos por el propietario del mismo, mientras que el 10.4% lo dirige un familiar del dueño y solo el 3.4% es dirigido por un profesionista en este caso el contador del negocio como se muestra en la tabla 2. Sin embargo, tenemos que el 74.3% de quienes dirigen el negocio consideran tener la preparación académica para dirigir su negocio, por lo que solo el 3.7% no tiene la preparación para poder desempeñar ese cargo.

		<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>	<i>% valido</i>	<i>% acumulado</i>
<i>Válido</i>	<i>Propietario</i>	157	58.6	58.6	58.6
	<i>Empleado encargado</i>	41	15.3	15.3	73.9
	<i>Todos</i>	33	12.3	12.3	86.2
	<i>Contador de la empresa</i>	9	3.4	3.4	89.6
	<i>Familiar del dueño</i>	28	10.4	10.4	100.0
	<i>Total</i>	268	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2018) con datos arrojados por la encuesta.

Las respuestas proporcionadas por los encuestados muestran que más de la mitad de los negocios están bien organizadas pues son el 64.4 % los negocios que si cuenta con una estructura organizativa, sin embargo el 19.4 % de los encuestados contestó que no tienen una estructura organizativa dentro del negocio como se hace ver en la tabla 3.

		<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>	<i>% valido</i>	<i>% acumulado</i>
<i>Válido</i>	<i>Muy en desacuerdo</i>	19	7.1	7.1	7.1
	<i>En desacuerdo</i>	33	12.3	12.3	19.4
	<i>No se</i>	38	14.2	14.2	33.6
	<i>Casi siempre</i>	105	39.2	39.2	72.8
	<i>Muy de acuerdo</i>	73	27.2	27.2	100.0
	<i>Total</i>	268	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2018) con datos arrojados por la encuesta.

La misma encuesta nos proporciona información importante respecto a la división del trabajo en estos negocios ya que el 34.3% de los negocios si tiene bien dividido el trabajo, mientras que el 8.2% no sabe de la división del

trabajo y un 16.4% realmente no tiene una división clara del trabajo. Otro de los ítems estuvo relacionado con la intención de abandonar la empresa y arrojó que un 34% no tiene intención de cambiar de fuente de empleo, seguidos de un 28% que afirma que si estaría dispuesto si encuentra mejores condiciones de empleo, el resto de los participantes, la siguiente mayoría se encuentra indeciso.

Conclusión

Para las MIPYMES en el valle de San Quintín la forma de organizar y el compromiso de sus trabajadores son factores clave, pues le permiten tener un funcionamiento eficiente dentro de las mismas, como se muestra en la tabla 4.

Tabla 4. Resultados de la Encuesta

<i>Indicadores</i>	<i>Porcentaje positivo</i>	<i>Porcentaje negativo</i>
<i>Misión</i>	85.4%	14.6%
<i>División</i>	66.4%	33.6%
<i>Descripción de puestos</i>	85.1%	14.9%
<i>Estructura organizativa</i>	80.6%	19.4%
<i>Supervisión</i>	76.1%	23.9%

Fuente: Elaboración propia (2018) con datos arrojados por la encuesta.

El análisis de los datos arrojados por la encuesta nos permite comprender el funcionamiento de las micro, pequeñas y medianas empresas con respecto a la forma de organizarse, se obtuvieron resultados favorables en cuanto a organización pues más del 50% de los pequeños empresarios encuestados consideran que su microempresa funciona de manera eficiente gracias a que su forma de organización cuenta con los elementos esenciales para el logro del éxito, es decir; una buena estructura organizativa que les permite saber a quién dirigirse en caso de dudas o acontecimiento que se encuentren fuera de sus manos, las descripciones de puestos vitales para evitar la duplicidad de actividades o ausencia de las mismas y la supervisión que es la base para saber si realmente está teniendo un buen desarrollo.

En conclusión, las MIPYMES a pesar de ser negocios relativamente pequeños aun así tienen un gran impacto en la economía del valle de San Quintín pues por lo que una forma de organización formal es clave para la permanencia de estas en el mercado. Por otra parte, al estudio realizado nos muestra que tener trabajadores comprometidos con la empresa es un paso

importante para el cumplimiento de los objetivos de la empresa, sin embargo, un trabajador puede sentir compromiso organización por distintas circunstancias o perspectivas de ver las cosas pues para muchos ser parte de una empresa con prestigio y reconocida por ser una empresa bien organizada es fundamental dado que esto le permite al misma crecer de manera personal y laboral.

Recomendaciones

Debido a la que región geográfica en la que se desarrolló el estudio, es una zona económica rural cuyo crecimiento se encuentra en pleno auge, se recomienda a los microempresarios poner especial atención al fortalecimiento de su empresa y atender especialmente el factor de organización formal así como desarrollar un plan y estrategias que permitan elevar los niveles de compromiso afectivo y comunicación de sus empleados ya que esto tendrá un impacto favorable en la persecución de las metas fijadas para la empresa. Una vez que se fortalezcan las bases de la organización formal deberán establecerse medios de control para conocer el avance de los objetivos propuestos.

Referencias Bibliográficas

- Aguirre, L. R. D., Campos, Á. F. R., & Méndez, A. G. (2013). El clima laboral como un elemento del compromiso organizacional. *Revista Nacional de administración*, 4(1), 59-70.
- Casique Guerrero, A., López Chanez, F. J., Yerena troche, A. (2013). Ponencia: El Manual de Organización y su impacto en la eficiencia de la Administración Pública Municipal.
- Dávila de León, C., & Jiménez García, G. (2014). Sentido de pertenencia y compromiso organizacional: predicción del bienestar. *Revista de Psicología (PUCP)*, 32(2), 271-302.
- Del Carmen Gutiérrez-Diez, M., Sapién-Aguilar, A. L., & Piñón-Howlet, L. C. (2013). Desempeño organizacional de microempresas en México. *European Scientific Journal, ESJ*, 9(28).
- Gómez-Selemeneva, D., Blanco-Camping, B., & Conde-Camilo, J. R. (2013). El Sistema de Control Interno para el Perfeccionamiento de la Gestión Empresarial en Cuba (Internal Control System for the Improvement of Corporate Governance in Cuba).

- Melo, L. I., & Fonseca, D. E. (2014). Descripción y análisis de la gerencia en Mipymes agroindustriales del departamento de Boyacá, Colombia. *Acta Agronómica*, 63(4).
- Moreira Solórzano, K. A., & Pérez Armijos, K. J. (2018). *Propuesta de mejora de los procesos administrativos aplicado a Litografic ciudad de Guayaquil* (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas).
- Parra, L. I. C. (2014). Los sistemas de control interno en las Mipymes y su impacto en la efectividad empresarial. *contexto*, 2(2), 129-146.
- Radillo, S. E. M., Barón, M. C. R., Rivera, B. R. G., & Venegas, A. C. (2014). Compromiso organizacional de los profesores de una universidad pública. *Conciencia Tecnológica*, (47), 12-18.
- Ríos Manríquez, M., Ramírez, T., del Rayo, M., & Ferrer Guerra, J. (2010). El empowerment como predictor del compromiso organizacional en las Pymes. *Contaduría y administración*, (231), 103-125.
- Rodríguez Pérez, J. (2017). *Proyecto de factibilidad para la optimización de procesos en el Área administrativa para una empresa del sector grafico de la Ciudad de Guayaquil caso aplicado en la Empresa printer*.
- Rua, M. M. D. L., & Costa Araújo, J. M. (2016). Linking transformational leadership and organizational trust: has organizational commitment a mediating effect on it?.
- Ruiz-Alba, J. (2013). El compromiso organizacional: un valor personal y empresarial en el marketing interno. *revista de Estudios empresariales. Segunda época*, 1(2013), 67-86.
- Segredo Pérez, A. M. (2013). Clima organizacional en la gestión del cambio para el desarrollo de la organización. *Revista Cubana de Salud Pública*, 39, 385-393. *Graphip* (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas).
- Zurita Alcaraz, M. C., Ramírez del Castillo, M. T., Quesada Soto, J. M., Quesada Ronco, M. E., Ruiz Camacho, B. J., & Manzano Martínez, J. M. (2014). Compromiso organizacional y satisfacción laboral en una muestra de trabajadores de los juzgados de Granada.

Usabilidad de la Tecnología Móvil para la Elaboración de Estados Financieros Básicos en México

JUAN PEDRO BENITEZ GUADARRAMA
Universidad Autónoma del Estado de México

ANA LUISA RAMIREZ ROJA
Universidad Autónoma del Estado de México

MARGARITA DÁVILA HERNÁNDEZ
Tecnológico de Estudios Superiores de Coacalco

Resumen

El objetivo de esta investigación es evaluar la usabilidad que tiene la aplicación móvil como herramienta para la elaboración de los estados financieros básicos en México. Para el desarrollo de la app se aplicó la metodología establecida en la norma ISO 13407, para el diseño se aplicó el método estructural basado en las Normas de Información Financiera (NIF's), fundamentado en las disposiciones enmarcadas en las NIF's de la serie B2, B3, B4 y B6, para la correcta presentación y revelación de la información financiera; en la medición se aplicó el instrumento de evaluación diseñado con base en la norma ISO 9241 a 100 docentes de diferentes instituciones públicas de nivel superior del área económica-administrativa, los resultados muestran que la app presenta un nivel excelente de usabilidad, a causa de generar información eficiente, eficaz y satisface los requerimientos exigibles por los interesados sobre, la situación financiera, flujo de efectivo, movimientos de capital y desempeño

financiero a una fecha o periodo determinado con miras a tomar decisiones efectivas sobre los recursos propios y ajenos a fin de obtener rendimiento y beneficios económicos a la entidad económica.

Palabras Clave: *usabilidad, información financiera, efectivo, situación, desempeño.*

Abstract

The objective of this research is to evaluate the usability of the mobile application as a tool for the preparation of the basic financial statements in Mexico. For the development of the app was applied the methodology established in ISO 13407, for the design was applied the structural method based on the Financial Information Standards (NIF's), based on the provisions framed in the NIF's of the Series B2, B3, B4 and B6, for the correct presentation and disclosure of the financial information; In the measurement was applied the evaluation instrument designed on the basis of ISO 9241 to 100 teachers of different public institutions of higher level of the economic-administrative area, the results show that the app presents an excellent level of usability, because of generating Effective, and meets the requirements of the financial, cash flow, capital movements and financial performance of a particular date or period, with a view to making effective decisions on own and third-party resources in order to obtain Performance and economic benefits to the economic entity.

Keywords: *usability, financial information, cash, situation, performance.*

Introducción

La necesidad de las empresas, profesionistas, empresarios, estudiantes, docentes y los demás interesados en elaborar la información financiera de las entidades económicas toma relevancia a partir desde su aprobación de las Normas de Información Financiera en el año 2006, han tenido importantes cambios que regulan el contenido de la información financiera que emana de las entidades; la estructura y contenido de la información financiera es una tarea fácil cuando se cuenta con herramientas que faciliten su construcción y determinación, en la realidad existen diversos recursos tecnológicos para su elaboración, sin embargo, se han hecho a un lado los fundamentos normativos y la falta de apego a la normatividad sobre el balance general, el estado de resultado integral, el estado de flujo de efectivo y el estado de cambios en el capital contable, considerados

como estados financieros básicos, son vitales para el manejo de los recursos internos y externos, tomar efectivas decisiones sobre la administración de la misma. Ante este fenómeno se ha desarrollado una App móvil con base en las Normas de Información financiera (NIF's) vigente para el ejercicio 2017 para ser usada en diferentes dispositivos móviles; tabletas electrónicas, teléfonos inteligentes, laptop y PC con emuladores android; el objetivo de este estudio es evaluar el nivel de usabilidad que tiene la App como herramienta para generar información financiera a causa de las operaciones o transacciones realizadas por las entidades económicas con fines de lucro en México, sobre los recursos, obligaciones, inversiones y resultados financieros, para el desarrollo de la app se aplicó la metodología establecida de la norma ISO 13407, para su diseño se aplicó el método estructural financiero, fundamentado en las disposiciones enmarcadas en la NIF's de la serie B2, B3, B4 y B6 por ser las normas que aplican a cada uno de los estados financieros en México, a fin de conocer la situación financiera, el movimiento del efectivo, del capital y el desempeño de la administración; en la medición se aplicó el instrumento de evaluación diseñado con base en la norma ISO 9241, con una alfa de Cronbach 0.92 a 100 docentes de diferentes instituciones públicas de nivel superior que imparten clase en la Licenciatura económico administrativo, los resultados muestran que la app presenta un nivel excelente de usabilidad, a causa de generar información eficiente, eficaz y satisface los requerimientos exigibles por la normatividad y las necesidades de los interesados en la información financiera con miras tomar decisiones efectivas que contribuyan a incrementar la competitividad, expansión y desarrollo del entidad económica.

Marco Teórico

La usabilidad es un anglicismo que significa facilidad de uso, y que es reemplazada por sus connotaciones vagas y subjetivas (Bevan, Kirakowski y Maissel, 1991), en una revisión de la literatura se define como la facilidad de aprendizaje, facilidad de memorización, eficacia o número de errores cometidos, eficiencia o tiempo empleado para completar una tarea, operatividad, y facilidad de comprensión, y Atributos Subjetivos como satisfacción de uso o atractivo (Folmer & Bosch, 2004); la ISO 9126 la define como la capacidad de un software de ser comprendido, aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso, la ISO 9241 y la 14598 (1998) la definen como el grado en el que un producto puede ser utilizado por usuarios específicos para conseguir objetivos particulares con efectividad, eficiencia y satisfacción en un determinado contexto de uso (figura 1), es considerada

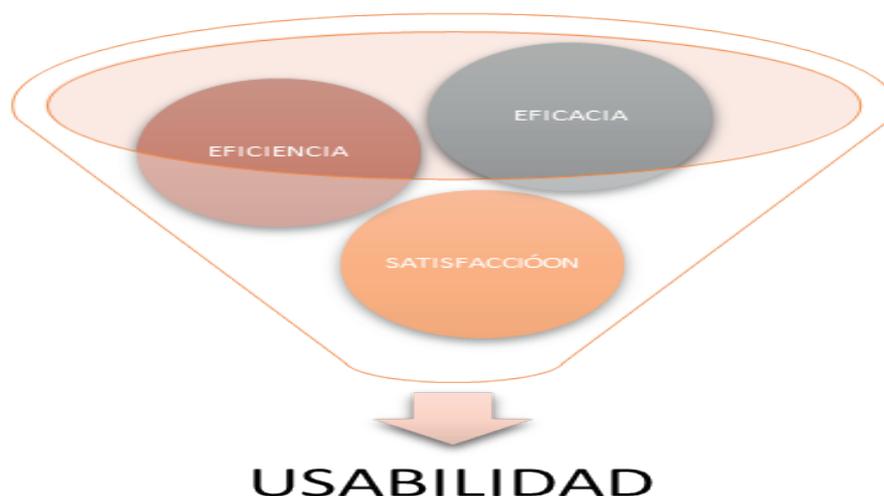
como un atributo de calidad, que tan fácil es el uso de las interfaces con el usuario, o bien los métodos para mejorar la facilidad de uso durante el proceso de diseño (Nielsen, 1999). Con base en la literatura podemos establecer que la usabilidad es un proceso de interacción entre el sujeto y el objeto para cumplir tareas o actividades específicas de manera eficiente y eficaz.

La usabilidad tiene dos dimensiones: usabilidad objetiva o inherente, puede ser medida o evaluada por observación del usuario mientras realiza tareas de interacción (eficacia y eficiencia), y usabilidad subjetiva o aparente, preguntar al usuario una vez finalizadas estas tareas, nos indique la percepción o satisfacción de uso, facilidad de uso y el conocimiento adquirido (Kurosu & Kashimura (1995); Fu & Salvendy (2002); Hornbok, 2005).

El principal problema relacionado con la usabilidad en el desarrollo del software, es que solo los requisitos se tienen en cuenta en el producto; y se omite la perspectiva del usuario, en cómo lo va a utilizar; lo anterior, provoca una curva de aprendizaje o el abandono de interés hacia la aplicación (Hakiel, Cysneiros & Kusniruk, Tao & Singh, 1997), razón por la cual es importante establecer claramente los procedimientos, objetivos y metas de las funciones y tareas a realizar, a fin de obtener los resultados esperados con ayuda de las herramientas tecnológicas, de esta forma se genera información útil al usuario y se dará cuenta de la importancia del uso de la App en la práctica y se creará el valor agregado en el aprendizaje significativo; en una aproximación al desarrollo de sistemas en la que se especifican niveles cuantitativos de usabilidad a priori, y el sistema se construye para alcanzar dichos niveles, que se conocen como métricas (Preece, et al., 1994), métricas que son consideradas como variables; eficacia, eficiencia y satisfacción de uso (Frokjær et al., 2000).

Nielsen (2003) establece 5 componentes de calidad para medir la usabilidad, deben considerarse cinco atributos: Learnability, fácil de aprendizaje. ¿Qué tan fácil es para los usuarios lograr las tareas básicas, la primera vez que ellos se topan con el diseño?; Efficiency, eficiencia. Una vez que se ha aprendido el diseño, ¿Qué tan rápido se pueden realizar las tareas?; Memorability, memorabilidad, cuando el usuario regresa al diseño, después de un periodo de no usarlo, ¿Qué tan fácil se puede restablecer la habilidad adquirida?; Errors, errores. ¿Cuántos errores pueden cometer los usuarios?, ¿Qué tan serios son esos errores? y ¿Qué tan fácil se pueden recuperar de los errores?; Satisfaction, satisfacción. ¿Qué tan agradable es el uso del diseño?

Figura 1. Factores de Usabilidad



Fuente: Elaboración propia, con base en la norma ISO 9241.

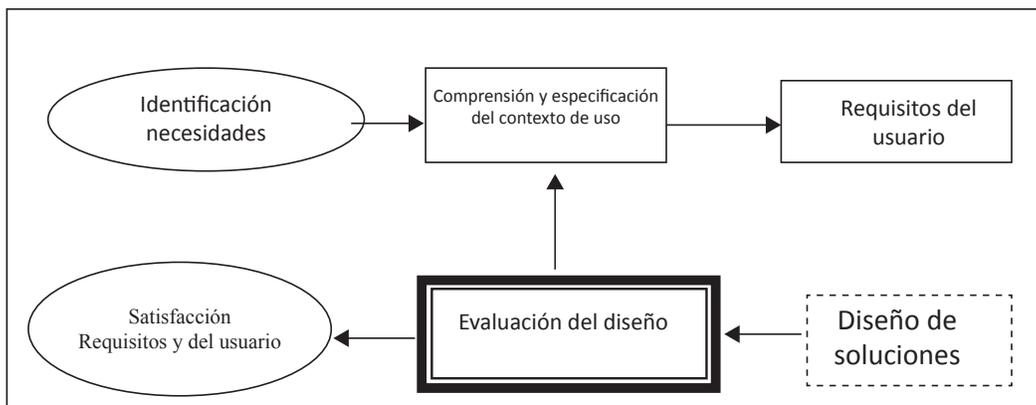
Florián (2010) establece que las pruebas de usabilidad pueden dividirse en tres grupos; pruebas de análisis, es cuando el usuario trabaja en tareas propias utilizando el sistema o prototipo; prueba de inspección, en esta etapa se enfocan a evaluar la herramienta por parte del especialista; pruebas de indagación, en esta etapa se identifican las necesidades y se evalúa la satisfacción de la necesidad, quien con eficiencia y efectividad habrá de realizar las funciones que ese producto le ofrece. Durante el proceso de evaluación es necesarios establecer las guías de acción que permitan su análisis, mediante la información proporcionada por la organización, posteriormente la app se utiliza por especialistas en el área financiera para conocer su percepción sobre su uso y finalmente se evalúa y se procesan los resultados para conocer su apreciación y el nivel de usabilidad con miras a tomar decisiones concretas y precisas sobre los fines y metas que se persiguen en relación con la estructura de los estados financieros para las organizaciones.

Material y Método

Para el desarrollo de la aplicación móvil financiera se consideró la guía de la norma 13407, la cual establece los procesos a cumplir y los requisitos mínimos específicos, el procedimiento para la implementación de esta norma inicia con la identificación de la necesidad del usuario; en esta etapa se deben fijar los objetivos o finalidades; conocimiento sobre los elementos, rubros, clases, partidas del estado de posición financiera; ingresos costos y gastos para el estado de resultado integral; actividades de operación, financiamiento y de

operación para el estado de flujo de efectivo y movimientos en la inversión para el estado de cambios en el capital contable; en el proceso de la investigación se inició identificando la necesidades del usuario sobre los estados financieros básicos y se fundamentó con la teoría normativa contenida en la NIF's A3, la cual establece la necesidades de los usuarios sobre los estados financieros básicos; el estado de situación financiera o estado de posición financiera o balance general, señala la necesidad de conocer los recursos propios y ajenos en relación con la existencia del capital contable; el estado de resultados integral, establece la necesidad de conocer la eficiencia de operación y administrativa de la entidad; el estado de flujo de efectivo requiere la necesidad de conocer los movimientos del efectivo y el estado de cambios en el capital contable requiere la necesidad de mostrar los movimientos de la inversión, con el propósito de tomar decisiones efectivas sobre los recursos que los conforman, como segunda fase, la comprensión y especificación son dimensiones importantes en el entendimiento del contenido normativo de las NIF's B2, B3, B4 y B6, así como el fundamento de las reglas de presentación y revelación, disposiciones que regulan la forma, el orden y el lugar de cada uno de los elementos que conforman a los estados financieros; en la tercera fase, a partir de las actividades y tareas a realizar en la estructuración de la información financiera, se diseñó la App con base en el método estructural aplicando las disposiciones contenidas en cada una de las NIF's; atendiendo esta fase en el proceso de desarrollo; en la cuarta fase de evaluación del diseño, se verifico el cumplimiento de la normatividad y el cumplimiento del objetivo y el procesamiento de datos, así como, los resultados mostrados, con el propósito de comprobar la satisfacción de usuario, figura 2.

Figura 2. Proceso de Usabilidad



Para la Evaluación de la calidad de usabilidad de la App se aplicó lo dispuesto en la Norma ISO 9124, la cual establece las variables independientes

Con el propósito de dar cumplimiento al objetivo y comprobar el nivel de calidad en la usabilidad propuesta en la investigación se aplicó un instrumento de evaluación con base en la norma de calidad ISO 9124 (eficacia, eficiencia satisfacción) con una alfa de Cronbach .92, estructurado con 24 ítems a escala tipo Likert de cinco opciones: 1 excelente, 2 bueno, 3 regular, 4 deficiente, 5 malo; en el estudio participaron a 100 docentes de diferentes instituciones públicas de nivel superior del área económico administrativo, en la validación y evaluación de la aplicación se realizó con la participación de expertos y especialistas en el área financiera de una institución financiera del municipio de Ecatepec de Morelos del Estado de México; la evaluación se desarrolló en cuatro fases, la primera fase consistió en seleccionar los contenidos, instrucciones, ejercicios y casos prácticos, para realizar la estructura de los estados financieros básicos a fin aplicar puntalmente las reglas de revelación y presentación; En la segunda fase, se describió a los participantes el contenido de la aplicación móvil financiera y como enviar la información que se genera, en la tercera fase se utilizó la herramienta para realizar los casos prácticos fiscales, en los cuales se usó la aplicación como herramienta de apoyo para la solución, y por último se proporcionó el instrumento y se procedió a la evaluación.

Resultados

La muestra estuvo conformada por 100 sujetos de los cuales el 30% (n=30) eran hombres y el 70% (n=70) mujeres; todos ellos docentes pertenecientes a instituciones de educación superior en las áreas económico administrativo del municipio de Ecatepec de Morelos, Estado de México, actualmente laboran con herramientas tecnológías que ofrece la PC de escritorio para generar información financiera sobre la situación y desempeño financiera de las entidades, Tabla 1.

Tabla 1. Distribución del Género

Genero	Frecuencia	%	Valida Porcentaje	% Acum.
Masculino	30	30.0	30.0	30.0
Femenino	70	70.0	70.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Respecto a la edad de los participantes, el porcentaje que predominó fue 50% (n=50) correspondiente a participantes de 30 a 35 años, el 40 % (n=40) de 36 a 40 años; y el 10% (n=5) de 41 a 45 años, como se observa en la tabla 2. Los participantes son adultos lo que hace del estudio mayor asertividad en la evaluación de la herramienta tecnológica.

Tabla 2. Distribución de las Edades

Años	Frecuencia	Porcentaje
30 a 35	50	50.0 %
36 a 40	40	40.0 %
41 a 45	10	10.0 %
Total	100	100.0 %

Del total de la muestra, los participantes usaron teléfonos inteligentes: el 40% (n = 40) usaron Huawei, el 20%(n = 20) LG, el 20% (n = 20) Motorola, y el 20% (n = 20) Sony, tabla 3. Se observa que la marca de mayor preferencia es la marca Huawei, los participantes comentaron que es una marca nueva en el mercado y que por su economía la han elegido y el resto de los participantes comentaron haberlo adquirido por su comodidad.

Tabla 3. Distribución de Marcas de Teléfono

Marca de celular	Frecuencia	Porcentaje
Huawei	40	40 %
LG	20	20 %
Samsung	20	20 %
Sony	20	20 %
Total	100	100 %

Cuadro 6. Tabla de distribución por marca de dispositivo.

Considerando los criterios de evaluación descriptivos: Media(X) y Desviación Estándar (DE) de los factores de la usabilidad, tenemos que el nivel de usabilidad global es de (X=1.2), y (DE=0.10); en cada una de sus sub escalas: eficacia (1.20), (DE=0.10); eficiencia (1.20), (DE=0.10); satisfacción (1.20), (DE=0.10) su opinión es totalmente de acuerdo tabla 4. En términos estadísticos los participantes opinaron que la herramienta es fácil de usar en las prácticas financieras.

Tabla 4. Medias y Desviación

	N	Mean	Std. Deviation
Eficacia	100	1.20	.10
Eficiencia	100	1.20	.10
Satisfacción	100	1.20	.10

Los coeficientes de regresión múltiple (r^2) permitieron onfirma el nivel de usabilidad en que cada variable independiente prediciendo el comportamiento de la variable dependiente. Todas las variables presentan significancia con muy alto nivel en la predicción del comportamiento de la variable usabilidad, la eficiencia ($r^2=.970$), eficacia ($r^2=.970$), satisfacción ($r^2=.970$).

Discusión

La muestra estuvo compuesta por un 70% de mujeres y 30% de hombres, por lo cual se establece que en esta investigación mantiene una participación activa en las actividades docentes por el género femenino, es decir, por mujeres. En las edades entre los participantes oscilaron entre los 30 a los 45 años, resaltado que el dato más representativo pertenece a 40 años, representando el 40.0% de la muestra, lo que nos indica que la participación es de personas madurez con criterio y experiencias definidas lo que le dará al estudio un fundamento más preciso sobre la percepción de este tipo de herramientas en las practicas docentes, además se muestra que el uso de dispositivos móviles es usado por docentes dedicados de manera constante a la formación de profesionistas en el ámbito educativo.

En el estudio predominó el uso de celular de marca Huawei con el 40 %, con una frecuencia de 40 sujetos, contra el 20 % para la marca: LG, 20 % para las marcas: Samsung y Sony con una frecuencia de 20 sujetos respectivamente; resaltando que la marca predominante en el uso entre los participantes es Huawei, al preguntar por qué se eligió esa marca los participantes contestadores que es por lo económica, fácil de usar y resistente contra golpes .

Así mismo, el 100% de los participantes conocen los conceptos que se involucran en el la deducción por inversiones, resaltando que todos los conceptos que se encuentran en la aplicación son obtenidos de la normatividad financiera vigente para el ejercicio 2018. Al conocer el tratamiento financiero de los estados financieros básicos, la aplicación o simulador fiscal tiene mayor aceptación por los participantes, además los conceptos incluidos son con base

en las leyes fiscales no solo puede utilizarse para el ejercicio 2018 sino para años anteriores.

El instrumento de medición obtuvo un Coeficiente Alfa de Cronbach de $\mu=0.92$, lo que indica un nivel de confiabilidad es muy bueno, además mide lo que se pretende medir en términos estadísticos. La percepción de los sujetos en general muestra un nivel de excelencia en la calidad, a consecuencia de los altos resultados que muestran los datos obtenidos en el procesamiento, con respecto de la eficiencia ($X = 1.00$ con desviación estándar de $.10$) es excelente debido a que el tiempo de respuesta es inmediato y el tiempo de recurso utilizado para realizar la gestión es de primera mano y se puede utilizar en cualquier momento y en cualquier lugar, se observa, en cuanto a la portabilidad ($X = 1.00$ con desviación estándar de $.18$) el resultado es excelente, debido a que el proceso de instalación es fácil de realizar, los datos se puede manipular a las necesidades del usuario y se adapta para los fines específicos que persiguen; en relación a la funcionalidad ($X = 1.05$ y una desviación estándar de $.11$) la tendencia es excelente debido a que la app desempeña las tareas con base en la normatividad, muestra los resultados con exactitud, sin embargo la seguridad de los resultados no son bien vistos por el usuario; la usabilidad ($X = 1.05$ con desviación estándar de $.10$) presenta la misma tendencia a ser excelente, debido a que muestra en su contenido la descripción analítica de los resultados, siendo de comprensión para el usuario y fácil de utilizar para realizar las tareas sin demasiado esfuerzo, sin embargo, la limitación que se observa la presentación debe ser más amigable por los comentarios recibidos, en la fiabilidad ($X = 1.05$ con desviación estándar de $.15$) se inclina a ser excelente debido a que no presenta fallas en su ejecución, sin embargo, los usuario recomendaros que los datos deben guardarse y recuperarlos cuando se requieran y finalmente la mantenibilidad de la herramienta ($X = 1.00$ desviación estándar de $.095$) es tendiente excelente debido a que mantiene un nivel óptimo de funcionamiento, mantiene su estructura de diseño, puede modificarse con facilidad y puede ser usado en cualquier momento; en términos generales de calidad, se obtuvo una media de 1.05 con una desviación estándar de $.19$, lo que significa que el software presenta en términos generales un nivel excelente en sus factores de calidad para ser adoptada en la práctica fiscal.

En la correlación de Pearson se encontraron veintiuna correlaciones significativas de un total de veintiún posibles. Las correlaciones más altas se dieron entre la mantenibilidad y usabilidad ($r= .908$), la calidad muestra correlaciones positivas significativas con la fiabilidad ($r= .905$), usabilidad ($r= .928$), mantenibilidad ($r= .908$), eficiencia ($r= .938$), portabilidad ($r=.900$),

y funcionalidad ($r = .902$); esto representa que la estructura, ejecuciones y funciones contenidas en la aplicación móvil financiera reducen el tiempo de respuesta y hacen más eficiente y eficaz uso del teléfono inteligente en los procesos fiscales.

Conclusiones

La validación de los docentes en el contexto financiero tiene la seguridad que el contenido y la estructura están en condiciones óptimas para generar información confiable, comparable, comprensible y relevante para una efectiva toma de decisiones sobre los recursos, obligaciones e inversiones de la organización.

Al ser ejecutada en teléfonos inteligentes, permite mayor practicidad, mejor manejo y disposición de la herramienta en cualquier lugar y en cualquier momento que se requiera, además cumple con los requisitos que establecen las Normas de Información Financiera (NIF's) para ser útil para el alumno, empresario, asesor o usuarios en general para conocer la estructura de cualquier entidad económica con fines de lucro.

La usabilidad es sinónimo de facilidad de uso de la cualquier herramienta tecnológica, al contener elementos de integración como la eficiencia, permitirá mayor asertividad en la toma de decisiones sobre los recursos de la entidad y mejores resultados en las actividades que se realizan; la eficiencia, mayor aprovechamiento del recurso tecnológico y satisfacción de las necesidades de usuario, promoviendo la competitividad y la productividad empresarial.

Referencias Bibliográficas

- BEVAN, N.; KIRAKOWSKI, J.; MAISSEL, J. What is Usability? Proceedings of the 4th International Conference on HCI, Stuttgart, September 1991. Disponible en: <http://www.usability.serco.com/papers/whatis92.pdf>
- Cysneiros, L. M. and Kushniruk, A. Bringing usability to the early stages of software development. Requirements Engineering Conference. 2003. Proceedings. 11th IEEE International.
- Florian, E. B., Solarte, O., Reyes, J. M. (2010). Propuesta para incorporar evaluación y pruebas de usabilidad dentro del proceso de desarrollo de software. Revista EIA, 125. Escuela de Ingeniería de Antioquía, Medellín, Colombia.

- FOLMER, E.; BOSCH, J. Architecting for usability: a survey. *Journal of Systems and Software*, 2004. 70 (1-2), 61-78.
- FROKJAER, E. et al. Measuring Usability: Are Effectiveness, Efficiency, and Satisfaction Really Correlated? 2000, pp. 345-352.
- FU, L.; SALVENDY, G.. The contribution of apparent and inherent usability to a user's satisfaction in a searching and browsing task on the Web. *Ergonomics*, 2002, 45 (6), 415-424.
- Hakiel, S. (1997). Delivering ease of use. *Computer & Control Engineering Journal*, vol. 8, No. 2
- HORNBAEK, K. Current practice in measuring usability: Challenges to usability studies and research. *International Journal of Human Computer Interaction* 2005.
- ISO 9241-11. Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDT)s. Part 11 Guidance on usability 1998.
- ISO 9241-11. ISO 9241-11: Guide on Usability (1998). Recuperado el 19 de julio de 2011, de http://www.usabilitynet.org/tools/r_international.htm#9241-11
- ISO 13407, ISO 13047: procesos de diseño para sistemas interactivos centrados en el operador humano (1999). Recuperado el 19 de julio de 2015, de http://webdiis.unizar.es/asignaturas/IPO/wp-content/uploads/2013/02/UNE-EN_ISO_134072000.pdf
- KUROSU, M.; KASHIMURA, K. Determinants of the Apparent Usability. *Proceedings of IEEE SMC*, 1995^a, 1509-1513.
- Nielsen, J. Usability 101: Introduction to Usability 2003. Recuperado el 19 de julio de 2011, de useit: <http://www.useit.com/alertbox/20030825.html>
- Normas de información financiera. 2015. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. México. DF.
- PREECE J., ROGERS Y, SHARP H., BENYON D., HOLLAND S., CAREY T. (1994). *Human-Computer Interaction*. Addison Wesley.
- Tao, Y. Introducing usability concepts in early phases of software development. *Proceedings 35th Annual Conference*. Indianapolis 2005.
- Singh, M. U-SCRUM: An agile methodology for promoting usability 2008. In: *AGILE '08*, Toronto, Canadá.

El libro digital
*LOS RECURSOS HUMANOS COMO FACTOR
DETONADOR DE LA COMPETITIVIDAD,*
se terminó de producir en el mes de noviembre de 2019.

