

RILCO DS



ISSN: 2695-6098



AÑO 4 N° 29 MARZO 2022



T A B L A D E C O N T E N I D O

La capacidad organizacional como premisa de la innovación tecnológica en la gestión bancaria. Ladys Yusmary Mora García	01
Características sociodemográficas y los factores que influyen la elección de alimentos en adultos mexicanos. Bautista Rodríguez Mónica Lizbeth, María del Carmen Aguilar García y María Fernanda García Rojas Morales	15
Desenvolvimento local e o laboratório do território. Ericê B. Correia, Lúcia Paula Martins Prado Macedo, Adriana Maria Cavalcanti Montenegro	27
Limitaciones locales en los agronegocios de la economía social en la competitividad internacional Bolivia y México. Elizabeth Adriana Santamaria Mendoza, Paola A. Velázquez Gainsborg, Carol Canelas Villa	41
Factores resilientes para la reactivación de la micro y pequeña empresa. Guadalupe González-García, María Luisa Becerril Carbajal, Karine Rosália Felix Proce	60
Conservas Turquino desde una perspectiva jurídica en medio del proceso de ordenamiento empresarial. Nirian Ricardo Torres, Yailén Vidal Torres, Emilio Góngora Báez	68
Formación investigativa en los estudiantes de Educación Eléctrica de la Universidad de Holguín. Lourdes Morales Peralta, Cristina Esperanza Castro Quesada	77
Plan de marketing para la UEB Cubiza Holguín. Katia Zaldivar Samsonova, Mirna Lázara González Velázquez, Celia María Carralero Perdigón	91

La **Revista de Desarrollo sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación**, con ISSN: 2695-6098, es una revista académica multidisciplinar de formato electrónico y de aparición mensual, que cuenta con revisión doble ciego desde Septiembre de 2019, editada y publicada en Málaga por Servicios Académicos Intercontinentales S.L.

Objetivos

- Difundir el conocimiento y estudio de los fenómenos que influyen en la competitividad, como lo son el desarrollo sustentable, la calidad y productividad en los negocios, el fenómeno emprendedor y la influencia en la educación.
- Promover la discusión sobre los causales de la competitividad desde las perspectivas de la multidisciplinariedad, efectos y aportaciones para mejorar situaciones actuales.
- Fomentar el trabajo colaborativo y de redes de investigación como un medio de desarrollo y avance del conocimiento.

Cobertura Temática

La Revista de Desarrollo sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación publicamos artículos sobre los siguientes temas:

- El desarrollo sustentable y su influencia en la competitividad
- Estudios de competitividad en los negocios y el factor humano
- Emprendedurismo y el impacto en el desarrollo local
- Impacto de la educación en la competitividad regional

Público al que va dirigida

Esta revista está dirigida a todo tipo de público, principalmente a los interesados en los temas publicados: profesores, estudiantes, investigadores y lectores en general.

Todos los artículos publicados en esta revista son indexados en bases de datos científicas internacionales a través de RePEc.

Esperamos sus aportaciones, que pueden enviar a caaoe@hotmail.com

Director

Dra. Yessica Yael Gómora Miranda, Universidad Autónoma del Estado de México

Consejo Editorial

Director General: M. en A. Edel Cruz García, Universidad Autónoma del Estado de México, México

Editor responsable: Isaura Isabel Partida Lara, Red de Investigación Latinoamericana en Competitividad Organizacional S. C., México

Editor Ejecutivo: M. en Ed. Adriana Cuevas Sanabria, Universidad Autónoma del Estado de México, México

Comité Científico

Miembros ajenos a la entidad editora internacionales

Dr. Carlos José Oliveira Silva Rodrigues	Universidad de Aveiro, Portugal
Dra. Ana Isabel Pires Beato Alves de Melo	Universidad de Aveiro, Portugal
Dr. Gonçalo Alves de Sousa Santinha	Universidad de Aveiro, Portugal
Dra. Marisol Pérez Campaña	Universidad de Holguín, Cuba
Dra. Aniuska Ortiz Pérez	Universidad de Holguín, Cuba
Dr. Reynaldo Velázquez Saldívar	Universidad de Holguín, Cuba
Dra. María Rodríguez Gámez	Universidad Técnica de Manabí, Ecuador
Dra. Sebastiana del Monserrate Ruiz C.	Universidad Técnica de Manabí, Ecuador
Dr. Norberto Pelegrín Entenza	Universidad Técnica de Manabí, Ecuador
Dr. Ericé Bezerra Correia	FACHUCA, Brasil
Dr. Emanuel Leite	Universidade de Pernambuco, Brasil
Dra. Simone FerreiraTeixeira	Universidade de Pernambuco, Brasil
Dr. Emmanuel Sampaio	UNIVERSO, Brasil
Dr. Ademar Vieira Santos	UFAM, Brasil
Dr. Lázaro Rodríguez Ariza	Universidad de Granada, España
Dra. María Antonia Ruiz Moreno	Universidad de Granada, España
Dra. María Carmen Haro Domínguez	Universidad de Granada, España
Dra. Dainelis Cabezas Pullés	Universidad de Granada, España
Dra. Jenny María Ruiz Jiménez	Universidad de Granada, España
Dra. Virginia Fernández Pérez	Universidad de Granada, España
Dra. Justa Pastora Amador Ruiz	Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua-León
Mtro. Francisco Valladares Rivas	Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua-León, Nicaragua
Dra. Ana de Lourdes Torralba Velázquez	Universidad de Holguín, Cuba
Dr. Fernando Gaspar	Universidad Autónoma de Lisboa

Miembros ajenos a la entidad editora Mexicanos

Dra. María Concepción Ramírez Barón	Universidad Autónoma de Baja California
Dra. Blanca Rosa García Rivera	Universidad Autónoma de Baja California
Dra. Sonia Elizabeth Maldonado Radillo	Universidad Autónoma de Baja California
Dra. María de los Ángeles Cervantes R.	Universidad de Occidente, México
Dr. Evaristo Galeana Figueroa	Univ Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Dra. Irma Cristina Espitia Moreno	Univ Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Dra. María Trinidad Álvarez Medina	Instituto Tecnológico de Sonora, México
Dra. Olivia Jiménez Diez	Universidad Autónoma de Yucatán
Dra. Leonor Elena López Canto	Universidad Autónoma de Yucatán
Dra. Ruth Noemí Ojeda López	Universidad Autónoma de Yucatán
Dra. Mónica Fernanda Aranibar Gutiérrez	Universidad Autónoma de Baja California
Dr. Heleodoro Sotelo Sánchez	Universidad de Occidente, México
Dra. Dora Águilasocho Montoya	Univ Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Dr. Fernando Ávila Carreón	Univ Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Dr. Teodoro Rafael Wendlandt Amezaga	Instituto Tecnológico de Sonora, México
Dr. Marco Alberto Núñez Ramírez	Instituto Tecnológico de Sonora, México
Dra. Jennifer Mul Encalada	Universidad Autónoma de Yucatán
Dr. Luis Alfredo Gallardo Millán	Univ Politécnica del mar y la sierra Sinaloa México

Miembros participantes de la Entidad Editora

Dr. Julio Álvarez Botello	Universidad Autónoma del Estado de México
Dra. Eva Martha Chaparro Salinas	Universidad Autónoma del Estado de México

Dra. María del Carmen Hernández Silva	Universidad Autónoma del Estado de México
Dr. Juan Alberto Ruiz Tapia	Universidad Autónoma del Estado de México
Dra. María de la Luz Sánchez Paz	Universidad Autónoma del Estado de México
Dra. Marcela Jaramillo Jaramillo	Universidad Autónoma del Estado de México
Dra. Liliana Antonia Mendoza González	Universidad Autónoma del Estado de México
Dra. Jenny Álvarez Botello	Universidad Autónoma del Estado de México
Dra. Gandhi González Guerrero	Universidad Autónoma del Estado de México
Dra. María Elena Laura Ponce García	Universidad Autónoma del Estado de México
Dr. Daniel Cardoso Jiménez	Universidad Autónoma del Estado de México
Dr. Manuel Antonio Pérez Chávez	Universidad Autónoma del Estado de México
Dra. Susana Ruiz Valdez	Universidad Autónoma del Estado de México
Dra. Guadalupe González García	Universidad Autónoma del Estado de México
Dr. Jorge Loza	Universidad Autónoma del Estado de México
Dr. Oliveiro Cruz Mejía	Universidad Autónoma del Estado de México
Dr. Noé Gaspar Sánchez	Universidad Autónoma del Estado de México
Dra. Verónica Sendejas Santín	Universidad Autónoma del Estado de México



LA CAPACIDAD ORGANIZACIONAL COMO PREMISA DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LA GESTIÓN BANCARIA

M.Sc. Ladys Yusmary Mora García¹

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Ladys Yusmary Mora García (2022): "La capacidad organizacional como premisa de la innovación tecnológica en la gestión bancaria". Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS, n. 29 (p.p. 1-14, marzo 2022). En línea:

<https://www.eumed.net/es/revistas/rilcoDS/29-marzo22/capacidad>

RESUMEN

En los últimos tiempos, en el sistema bancario nacional se han producido sustantivos cambios, realizándose el lanzamiento de novedosos productos y servicios. Esta dinámica determina que las instituciones financieras implementen estrategias relacionadas con el desarrollo de modelos innovadores sobre los sistemas de gestión, las tecnologías de la información, alianzas de colaboración, los procesos y el capital humano. La innovación tecnológica en este sector dada la evolución de los mercados bancarios, la creciente cultura financiera de los clientes, y, por tanto, la mayor volatilidad de las relaciones, así como la reducción de los márgenes de intermediación, han resultado ser clave no solo para el éxito de las entidades financieras, sino incluso para su supervivencia. Como objetivo de esta ponencia se plantea fundamentar la experiencia al desarrollar una dinámica en la capacidad organizacional de los actores como premisa de la innovación tecnológica en la gestión bancaria, con un carácter científico, sustentado por un aparato tecnológico, el cual ha impactado en el cumplimiento de la visión empresarial, la que está dirigida a operar con estándares internacionales de eficiencia en la gestión, alta confiabilidad, excelencia en los servicios y profesionalidad de los empleados. La entidad bancaria puede ser promotora de la innovación financiera y tecnológica, de avanzada automatización que aplique un enfoque de negocios basado en la atención integral de las necesidades de los clientes, empleando métodos científicos tanto teóricos como empíricos apoyados en el uso de las TIC con un enfoque de procesos.

¹ Profesora Auxiliar de Universidad José Martí, Sancti Spiritus. Subdirectora Provincial de Banco de Crédito y Comercio,

Palabras claves: sistema bancario nacional, innovación tecnológica, capacidad organizacional.

ORGANIZATIONAL CAPACITY AS A PREMISE FOR TECHNOLOGICAL INNOVATION IN BANKING MANAGEMENT

ABSTRACT

In recent times, there have been substantial changes in the national banking system, with the launch of new products and services. This dynamic determines that financial institutions implement strategies related to the development of innovative models on management systems, information technologies, collaborative alliances, processes and human capital. Technological innovation in this sector given the evolution of banking markets, the growing financial culture of clients, and therefore, the greater volatility of the relationships, as well as the reduction of the intermediation margins, have turned out to be key not only for the success of financial institutions, but also for their survival. The objective of this presentation is to base the experience by developing a dynamic in the organizational capacity of the actors as a premise of technological innovation in bank management, with a scientific nature, supported by a technological apparatus, which has impacted on compliance of corporate vision, I to that is intended to operate with international standards of efficiency in the management, high reliability, excellence in the services and professionalism of the employees. The bank can be a promoter of financial and technological innovation, advanced automation that applies a business approach based on comprehensive attention to customer needs, using both theoretical and empirical scientific methods supported using ICT with a process approach.

Keywords: national banking system, technological innovation, organizational capacity.

INTRODUCCION

Para impulsar la economía y enfrentar la crisis mundial, el gobierno cubano aprobó una estrategia socioeconómica para poner en práctica de forma rápida y oportuna. El sector bancario es uno de los organismos pilares en rectorar las políticas para lograr los equilibrios económicos financieros, transversalizando la economía dirigida a cumplir los lineamientos de la política económica y social. El ordenamiento monetario, el cumplimiento de la política crediticia, la creación y desarrollo del mercado de deuda pública, el impulso a la bancarización y los medios electrónicos de pago.

La informatización constituye un imperativo en el país para desarrollar la gestión en las condiciones del mundo actual. Este proceso influye paulatinamente y de manera creciente en los aspectos del sector bancario y su efecto en sus clientes. Este proceso requiere recursos financieros, humanos y materiales que desde una gestión eficiente se deben ir cubriendo. La gestión organizacional es el punto de partida para lo que tenemos que hacer hoy y para proyectar el futuro.

El país se ha propuesto que los modelos de gestión se sustenten en la modernización informática. La estrategia de gestión debe incluir un programa integral que involucre a las instituciones financieras

estando previstas de recursos materiales, financieros e intelectuales, políticas y sociales, lo que debe traducirse en más y mejores servicios.

La utilización de las tecnologías de información en la gestión bancaria, la comunicación y el comercio electrónico por parte del sector empresarial, abre nuevas oportunidades de negocios que redundarían en una serie de beneficios económicos, los cuales van desde el mejoramiento y la facilitación de la comunicación entre las empresas, hasta el manejo más eficiente de los recursos y los servicios. En la actualidad muchas entidades han implementado herramientas que permiten desarrollar la tecnología y con ellas los servicios que prestan.

La institución bancaria desarrolla inversiones orientadas a mejorar la infraestructura informática, donde se contempla la conectividad, centros de datos con equipamientos, alta disponibilidad y respaldo, así como la creación de nuevas aplicaciones. De igual forma es prioridad la ampliación de los canales de pago, como los terminales de puntos de venta (POS), cajeros automáticos (ATM), pasarela de pagos- comercio electrónico y la banca móvil, telefónica y remota en Internet. La integración de estos componentes también requiere la capacidad organizacional.

Más allá de las dudas en infraestructura y la diversificación de los servicios, otro de los puntos claves del proceso es garantizar la seguridad de las transacciones y de la información a sus usuarios, realizándose de acuerdo a los estándares internacionales. En las ideas de (Magro Mazo, 2016) el mundo digital ha impactado en la vida de los ciudadanos desde lo más personal hasta lo más público.

Una sociedad que aplique la informatización en su gestión, en todas sus esferas y procesos, será más eficaz, eficiente y competitiva. Es evidente que para el sector bancario ha resultado un reto el logro de estos propósitos ya que una de las problemáticas fundamentales está en lograr la supervivencia y el desarrollo del país. La gestión bancaria se encuentra en esa avanzada de desarrollo.

Un satisfactorio sistema de gestión de la innovación: investigación, desarrollo e innovación) (I + D + I) tecnológica-financiera brinda la posibilidad de lograr formas más efectivas de estimular la economía a corto, mediano y largo plazo, tanto en el sector productivo como en el de los servicios.

La importancia de las innovaciones en el sector financiero radica en que posibilitan elevar la productividad, la calidad y mejorar la competitividad de los servicios e instrumentos que se brindan, lo que contribuye a perfeccionar el funcionamiento de las entidades y de la economía nacional en su conjunto.

El objetivo de este trabajo es fundamentar la importancia de la capacidad organizacional como premisa de la innovación tecnológica en la gestión bancaria, logrando un efectivo sistema de gestión de la innovación tecnológica-financiera en las instituciones bancarias cubanas. Su contenido se basa,

fundamentalmente, en los resultados presentados en el Proyecto Nacional del CITMA “Fortalecimiento del papel del sistema bancario nacional en la actualización del modelo económico cubano”, en específico, en la parte referida a las limitaciones y propuestas de solución al proceso innovador en las instituciones bancarias.

La metodología utilizada se basó, entre otras técnicas e instrumentos, en el estudio de documentos e informaciones bibliográficas sobre el tema, la revisión de trabajos académicos desarrollados en las universidades del país, en los eventos sobre eficiencia del sistema bancario nacional, entrevistas con directivos y funcionarios de diferentes niveles del sistema bancario nacional y la aplicación de técnicas de dinámica de trabajo grupal.

DESARROLLO

El sistema bancario juega un papel muy importante en la estabilidad económica del país, en el apoyo a las transacciones y financiamientos de los actores económicos y en el bienestar de la población. Es por ello que el análisis crítico de las brechas que aún existen y las propuestas de cambios en las políticas y gestión de las instituciones bancarias son de gran significación para el mejoramiento de la gestión, eficacia y su impacto en la sociedad cubana.

La actualización del modelo económico y social cubano requiere el fortalecimiento del sistema bancario cubano. Las innovaciones en la economía y sociedad cubana, pautadas por los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, requieren de transformaciones en las políticas y estrategias de las instituciones bancarias nacionales para que sus productos, servicios y procesos puedan satisfacer con efectividad las necesidades financieras de los actores económicos y sociales en el nuevo contexto que se diseña.

La situación actual de la gestión bancaria presupone garantizar la coherencia de la política crediticia en su integración con el resto de las políticas económicas de acuerdo a los requerimientos del plan y de las relaciones monetarias-mercantiles, con el objetivo fundamental de preservar y fortalecer las funciones dinerarias de la moneda nacional, por otra parte, la necesidad de incrementar, en correspondencia con las necesidades del desarrollo económico y social, el ahorro nacional con el objetivo de consolidar y diversificar los fondos de financiamiento interno especializados (2017).

La innovación, en términos estratégicos, se define en un sentido muy amplio. Incluye, además de las tecnologías nuevas, métodos nuevos o maneras de hacer las cosas que a veces parecen bastantes comunes. La innovación puede manifestarse en el diseño de un producto nuevo, en la manera de enfocar al mercado, o en un modo de capacitar y organizar. Algunas innovaciones crean ventajas competitivas cuando una compañía se da cuenta de algo enteramente nuevo que necesitan los compradores o que sirve a un sector del mercado, al que no han prestado atención los competidores (Porter, 1991).

Se definen cuatro tipos de innovaciones: producto, proceso, mercadotecnia (*marketing*) y organizacionales; las dos primeras categorías se enmarcan en el concepto de innovación tecnológica de producto y de proceso (Sánchez, 2006):

- *Innovación de producto*: es la introducción de un bien o servicio nuevo o con un alto grado de mejora, respecto a sus características o su uso deseado. Esta incluye mejoras importantes en especificaciones técnicas, componentes y materiales, *software* incorporado u otras características funcionales.
- *Innovación de proceso*: es la implementación de un método de producción o distribución nuevo o con un alto grado de mejora. Esta incluye mejoras importantes en técnicas, equipo o *software*.
- *Innovación de mercadotecnia (marketing)*: es la implementación de un nuevo método de comercialización que entraña importantes mejoras en el diseño del producto o en su presentación o en su política de emplazamiento (posicionamiento), promoción o precio.
- *Innovación organizacional*: es la implementación de un nuevo método de organización aplicado a las prácticas de negocio, al lugar de trabajo o a las relaciones externas de la empresa.

Las tecnologías que se utilizan en el proceso innovador pueden ser generadas internamente en la propia entidad o adquirirse en otras, nacionales o extranjeras. Aunque se consideran todas las innovaciones como un sistema de gestión, se destaca la necesidad de las competencias organizacionales para lograr el éxito.

En el entorno de las instituciones financieras participan entidades que prestan servicios sobre la base de modernas tecnologías, que es lo que se denomina sector Financial Technologies (FinTech), siendo una de sus principales características la esmerada atención a los clientes para responder a sus necesidades con servicios de valor agregado. Estos servicios se consideran innovaciones tecnológicas-financieras, entre estos se encuentra el Open Banking, que se propone brindar información a los clientes en correspondencia con sus necesidades (Silva y Ramos, 2017). El término FinTech se utiliza para designar, por una parte, las soluciones tecnológicas que forman parte de la innovación financiera y, por otra, las empresas de carácter tecnológico que desarrollan o facilitan esas soluciones.

Las innovaciones en las instituciones del sistema bancario nacional deben abarcar un amplio espectro. Comprenden, entre otros aspectos, el desarrollo de productos y servicios financieros, procesos y la gestión de las organizaciones.

Por sus características y potenciales impactos, deben relacionarse con el desarrollo económico-social nacional y territorial, aportar soluciones y alcanzar mejoras en la calidad del servicio a las entidades estatales, a los nuevos actores económicos, a la población y a clientes en general. De este modo, las innovaciones deben contribuir con efectividad a las actividades relacionadas con el modelo económico y social cubano de desarrollo socialista y a la sostenibilidad del sistema bancario nacional.

La innovación debe enmarcarse en la creación de una sólida cultura de excelencia en la calidad de servicio al cliente, con la ayuda de un ecosistema de aprendizaje que englobe, para empezar, el talento interno y externo, los clientes y los proveedores. Escuchar, aprender y actuar son aquí las tres palabras clave.

Relacionados con los servicios y las innovaciones financieras. Los tres modelos más recurrentes han sido.

- Modelo dimensional de la innovación en servicios (Revilla, 1991).
- Modelo de las tres dimensiones de innovación financiera tecnológica o Fintech (Puschmann, 2017).
- Modelo de clasificación de la innovación financiera en una empresa bancaria minorista tradicional.

Los modelos mostrados, pueden aplicarse por las instituciones financieras, según las necesidades a resolver, pero es *importantísimo adecuarlos, enriquecerlos con las características específicas de cada institución y su estrategia organizacional*. Es por ello que se recalca la necesidad de la capacidad organizacional.

Dado el vertiginoso avance de las tecnologías digitales, las instituciones financieras requieren realizar cambios que posibiliten brindar los servicios a clientes con el nivel competitivo correspondiente; esto implica, entre otros aspectos, priorizar la atención al desarrollo de una cultura organizacional innovadora, invertir en tecnologías y mejorar la experiencia para fortalecer la relación con los clientes que, entre otros fines, prefieren realizar sus transacciones con mayor rapidez y efectividad a través de sus celulares.

Por *disrupción financiera* se entiende, en primer término, un cambio en las actividades y servicios financieros que se están realizando. De modo acelerado los servicios tradicionales son reemplazados por las transacciones en la banca digital y el otorgamiento de préstamos ágiles a través de dispositivos móviles, por lo que es necesario potenciar un efectivo proceso de innovación tecnológico-financiero.

En la actualidad, dado que las innovaciones de disrupción financiera se encuentran en pleno desarrollo, a continuación, se dan criterios para estructurar una estrategia al respecto (Rodríguez, 2018):

Entre las garantías que se logran desde las competencias organizacionales están.

- **Valorar las funciones y actividades que realiza la institución financiera:** es clave reflexionar sobre lo qué está haciendo la organización.
- **Crear sistemas y procedimientos para la disminución en el uso del papel:** factor clave de la disrupción financiera es la disminución y eliminación de papel, siempre que se hayan creado las condiciones para ello (facturas, extractos bancarios y estados de cuenta, entre otros).
- **Identificar correctamente los problemas de los clientes o usuarios:** en ocasiones las instituciones bancarias realizan cambios tecnológicos, pero sin que siempre se verifique los impactos y resultados de esos cambios. La disrupción financiera implica pensar en qué medida se están resolviendo las necesidades de los clientes, tanto internos como externos,

es necesario verificar el comportamiento de los nuevos sistemas para conocer como están funcionando y mejorar todo lo que se requiera. De este modo se crean efectivas soluciones disruptivas e innovadoras.

- **Apoyar el uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación (startups):** de este modo se promueven alianzas estratégicas, creando soluciones con mayor rapidez y con más efectividad al prestar los servicios.
- **Favorecer y promover el trabajo en equipos:** los trabajadores son clave en el cambio. Su participación es fundamental para poder aportar ideas y nuevas soluciones, mediante sus opiniones y sugerencias

Para el perfeccionamiento institucional del sistema bancario nacional, con un sistema más eficiente y capaz de responder al nuevo modelo de gestión económica, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos en los que los sistemas innovadores pueden contribuir.

- Estimular la creación de productos y servicios bancarios y financieros, en función de las necesidades de la economía.
- Destinar el financiamiento a sectores priorizados, según la política crediticia aprobada, para apoyar el proceso de inversión, así como estimular el comercio exterior y el mercado interno.
- Organizar la prestación del servicio bancario en cada territorio, en función de las demandas de los diferentes actores que se desenvuelven en la economía, para lo cual se deben realizar estudios de los procesos organizativos de las oficinas bancarias, los horarios de atención al público y las necesidades de capacitación del personal.
- Incrementar el acceso de las personas al crédito para dar soporte al crecimiento económico.
- Desarrollar un sistema de pago automatizado, seguro y eficiente, sustentado en leyes, regulaciones y procedimientos, que rijan los mecanismos para el procesamiento de los pagos.

Alvarez Jiménez, 2014 expresa que los entornos institucionales surgen como necesidad de que los sistemas de gestión estuvieran más enfocados y personalizados a las necesidades del territorio y que se ajusten a las posibilidades de control por las propias organizaciones del territorio y todo lo que favorece el desarrollo local.

Los sistemas automatizados de los bancos requieren medios de comunicación rápidos y seguros para:

- Permitir que todas las oficinas del banco puedan funcionar como una sola entidad de forma tal que no se requiera dividir el registro de una transacción a través de un tránsito entre oficinas, y estas accedan y puedan actualizar en tiempo real los registros de las cuentas de sus clientes.

• Facilitar la interacción con los clientes sin obligarlos a que se presenten físicamente en las oficinas. Además del extraordinario aumento de la calidad del servicio que esto significa, en la medida en que sean los propios clientes quienes introduzcan sus transacciones, desaparece de los bancos el trabajo

rutinario de captación de datos que, además de representar una fuente de posibles fraudes, es muy costoso y propenso a errores.

- Realizar eficientemente tareas operativas internas relacionadas con la tesorería, fundamentalmente el movimiento de fondos en efectivo en el propio banco y los depósitos en otros bancos.
- Garantizar el funcionamiento ininterrumpido de los centros de procesamiento.

El perfeccionamiento institucional del sistema bancario nacional debe apoyar el proceso de cambios que se desarrolla en el sector empresarial y el fortalecimiento del marco institucional del país.

Las principales limitaciones para el desarrollo del proceso innovador en la banca comercial se deben a:

- Factores externos:

- Situación económica-financiera del país.
- Débiles incentivos a la elevación de la efectividad, la eficiencia, la eficacia y la innovación.
- Limitada cultura financiera de la población;
- Insuficiencias relacionadas con la efectividad del proceso inversionista nacional.
- Limitado conocimiento de las entidades en los temas bancarios y financieros.

- Factores internos:

- Poco desarrollo de la innovación tecnológica-financiera.
- Los productos y servicios bancarios no satisfacen totalmente las necesidades actuales de los actores económicos y las exigencias que nacen de las transformaciones en el modelo económico cubano.
- Insuficiente grado de informatización de los procesos y baja conectividad lo que crea barreras a la calidad de los servicios y la innovación tecnológica.
- Poco conocimiento en las instituciones financieras sobre los sistemas de gestión de la innovación.
- Baja orientación al mercado, insuficiente estudio de las necesidades de los clientes, limitada segmentación de la clientela y poca atención personalizada.

Una sociedad que aplique la informatización en su gestión, en todas sus esferas y procesos, será más eficaz, eficiente y competitiva. Es evidente que para el país y el territorio ha resultado un reto el logro de estos propósitos ya que una de las problemáticas fundamentales está en lograr la supervivencia y el desarrollo de los pueblos.

En un entorno donde los actores son responsables de su gestión, los directivos se convierten en guías, mentores y mediadores que fundamentalmente apoyan a los trabajadores en el proceso de desarrollo.

Para enfrentar estas funciones los directivos deben garantizar el tránsito por diferentes etapas:

- Etapa de familiarización: debe conocer las funciones y usos de las herramientas de las Tecnologías de la Información (TI).
- Etapa de aplicación: aprender a utilizar estas herramientas en función de cada uno de sus usos para las que fueron creadas.
- Etapa de integración en los servicios: identificar cuando y que herramientas informáticas pueden utilizar para solucionar problemas reales de gestión.
- Etapa de transformación. Cuando estas herramientas de TI forman parte de la práctica profesional en las instituciones y en la gestión.

En la era moderna con el desarrollo vertiginoso de las tecnologías, la sociedad les exige a las instituciones bancarias la concreción de nuevos servicios basados en la rapidez y efectividad necesarias para las transacciones comerciales y financieras, por lo que constituyen los activos intangibles los recursos más valiosos para el logro de esos objetivos.

En la actualidad la banca se enfrenta a nuevos desafíos donde el capital estructural, relacional y social, desempeñan también una función determinante ante estas nuevas tendencias: utilización de plataformas virtuales para los procesos esenciales y principales negocios para elevar la rapidez y eficiencia bancaria, alianza con instituciones de “tecnologías financieras” no bancarias denominadas “Fintech”, crecimiento de las innovaciones financieras, elevación de los riesgos bancarios, transformaciones en las metodologías bancarias para lograr mayor calidad y rapidez de los servicios a clientes, adopción de enfoques de gestión orientados a la inclusión financiera y el compromiso con el desarrollo sostenible, por lo que se hace necesario informar sobre la gestión de los activos intangibles.

El sistema bancario cubano es parte de un contexto de informatización de la sociedad, por lo tanto, tiene que plantearse la digitalización de sus procesos, la oferta de productos utilizando los canales digitales y la banca electrónica. La transformación digital de la banca es una prioridad a escala global. Desde hace unos años las instituciones financieras se han visto en la necesidad de invertir millones de dólares en infraestructuras tecnológicas que se adapten a la era digital (Corporación de Sistemas Cobis, 2018).

Como parte de la automatización de la banca se han desarrollado el uso de los canales digitales para aumentar el uso de las cuentas asociadas a tarjetas magnéticas. Dar seguimiento al perfeccionamiento de los canales de pagos electrónicos en el país, como tarea permanente, tiene como objetivo fundamental disminuir la utilización del efectivo como medio de pago y brindar servicios más eficientes y seguros a la población, lo que contribuye a la informatización de la sociedad.

Al actuar siempre en correspondencia con la política integral para el perfeccionamiento de la informatización de la sociedad en Cuba, los proyectos estratégicos en el sistema bancario nacional están encaminados a consolidar la infraestructura tecnológica, el desarrollo de aplicaciones

informáticas avanzadas y la existencia de redes de comunicaciones confiables y eficientes, que sustenten la existencia de diferentes canales electrónicos y automatizados para la ampliación de los servicios bancarios, el crecimiento de las operaciones comerciales en línea, el incremento de la cantidad de cuentas bancarias y el desarrollo de los pagos electrónicos en un ecosistema de banca digital que favorezca la inclusión financiera de la sociedad cubana.

Por otra parte, la importancia de las innovaciones en el sector financiero radica en que posibilitan elevar la productividad, la calidad y mejorar la competitividad de los servicios e instrumentos que se brindan, lo que contribuye a perfeccionar el funcionamiento de las entidades y de la economía nacional en su conjunto. Un satisfactorio sistema de gestión de la innovación: investigación, desarrollo e innovación) (I + D + I) tecnológica-financiera brinda la posibilidad de lograr formas más efectivas de estimular la economía a corto, mediano y largo plazo, tanto en el sector productivo como en el de los servicios.

La importancia de lograr un efectivo sistema de gestión de la innovación tecnológico-financiera en las instituciones bancarias cubanas. Su contenido se basa, fundamentalmente, en los resultados presentados en el Proyecto Nacional del CITMA "Fortalecimiento del papel del sistema bancario nacional en la actualización del modelo económico cubano", en específico, en la parte referida a las limitaciones y propuestas de solución al proceso innovador en las instituciones bancarias.

Las innovaciones deben contribuir al cumplimiento exitoso de los fines del Perfeccionamiento institucional y a disminuir o eliminar las limitaciones mencionadas. Es por ello que se debe realizar el diagnóstico sobre la situación de las innovaciones tecnológicas- financieras en las instituciones del sistema bancario nacional y a la vez realizar lo siguiente.

• **Formular la estrategia del sistema de gestión de la innovación en las instituciones del sistema bancario nacional.** En esta estrategia deben considerarse, entre otras cuestiones:

- Que modelo del sistema de gestión de la innovación se va a implementar. Los bancos deben definir, según sus características, cuál debe ser el modelo en cuestión.
- Los indicadores que permitan evaluar la gestión, el impacto, el rendimiento y el desempeño del proceso innovador.

• **Implementar y controlar el cronograma que se apruebe para la estrategia del sistema de gestión de la innovación, para garantizar un efectivo proceso de innovación.**

El sistema de gestión de la innovación debe estar en el marco, contexto y correspondencia del perfeccionamiento institucional aprobado para el sistema bancario nacional.

• La implementación de la estrategia del sistema de gestión de la innovación debe caracterizarse por la gradualidad en la incorporación de las instituciones financieras, y la sistemática y rigurosa evaluación de los proyectos innovadores.

En el diseño e implementación de la estrategia del sistema de gestión de la innovación, se deben considerar, entre otras actividades:

– Conformación de grupos multidisciplinarios o áreas de innovación y desarrollo en cada institución bancaria, direccionado a la mejora continua de la calidad de los productos y servicios y el diseño de nuevos, en correspondencia con las necesidades actuales y futuras de las entidades y los clientes. Los resultados de la estrategia del sistema de gestión de la innovación deben ser monitoreados sistemáticamente.

“Estamos viviendo tiempos muy dinámicos en los que la aparición de nuevas tecnologías como el Big Data, el Blockchain y la Inteligencia Artificial van a modificar drásticamente la relación de los bancos con sus clientes. En este sentido, la digitalización juega un papel vital, siendo la palanca necesaria para alcanzar procesos internos más eficientes y lograr obtener y retener el mayor número de clientes posible. Las entidades financieras que no se adapten a estos tiempos, tendrán un gran desafío por delante”, sostiene Rafael Conde del Pozo, Director de Digital & Innovación de Vector ITC.

El Presidente de la República Miguel Díaz-Canel Bermúdez, durante el balance de este sistema destacó el rol trascendental que posee la investigación científica y su impacto en la solución de los problemas del sector, la cual promueve la búsqueda de soluciones innovadoras. Asimismo, expuso la idea de establecer alianzas con las instituciones investigativas para utilizar la ciencia en función de la innovación.

Con los referentes expuestos en esta ponencia en los que se han explicado los métodos teóricos y empíricos de la investigación, se ha constatado la necesidad de elevar las competencias organizacionales de los factores humanos en la gestión bancaria. Estos son los resultados que nos permiten fundamentar que estas constituyen premisas para la gestión y el desarrollo.

CONCLUSIONES

Las cifras indican que cada día la digitalización de los servicios bancarios va en aumento, así como las preferencias por los usuarios de estos. Cada día se incrementa el número de usuarios que prefieren la banca electrónica, específicamente, los servicios a través de la banca online, la cual lidera en cifras de uso, seguido muy de cerca de la banca móvil, de la cual se espera que, en poco tiempo, supere a la primera. Y es que, el uso de estos nuevos modelos de negocio, gozan de una aceptación a niveles macro, ya que ofrecen al cliente y al sector financiero, un sin número de ventajas, entre los que podemos mencionar su beneficio a la inclusión financiera y ahorros en tiempo y dinero.

La innovación en los sistemas bancarios y financieros hace décadas que ocupa un lugar destacado entre los factores relacionados con el crecimiento de la productividad de los productos y servicios financieros y la competitividad de las organizaciones bancarias y financieras.

El proceso de innovación tecnológico-financiera en el sistema bancario nacional debe estar en correspondencia con las tareas relacionadas con el perfeccionamiento institucional y, con ello, posibilitar la disminución sustantiva o eliminar las limitaciones señaladas, así como brindar solución a las que se identifiquen en cada etapa de trabajo.

La cultura sobre los procesos innovadores en la actualidad es limitada en las instituciones financieras cubanas. Para el cumplimiento exitoso de la propuesta para el desarrollo de una estrategia del sistema de gestión de la innovación, las instituciones bancarias deben desarrollar actividades para lograr un sistemático y efectivo proceso innovador que posibilite una mejora continua de los resultados en cada periodo.

CANALES DE PAGO EN CUBA

ATM



VB



BANCA TELEFONICA



PASARELA DE PAGO

BANCA MOVIL



KIOSCO



BIBLIOGRAFÍA

Borrás, F. y Escobedo, L. (2018). El crédito bancario a las empresas estatales: ¿ejerce el impacto necesario sobre los resultados financieros de estas organizaciones?

- Bravo, M. (2012). Aspectos conceptuales sobre la innovación y su financiamiento. *Análisis Económico*, 27(66), 26-28.
- CaixaBank (2015). Innovación en CaixaBank. Barcelona, España. Disponible en: https://www.caixabank.com/comunicacion/inovacion_es.html#CIDEI
- CIDEI (2019). *Implementación de sistemas de gestión de la innovación*. Bogotá, Colombia: Editorial Centro de Investigaciones de la Innovación. Disponible en: <http://cidei.net/implementacion-de-sistemas-de-gestion-de-la-innovacion/> *Capítulo 3. Sistema de gestión de la innovación en instituciones del sistema... / 61*
- Consejo de Ministros. (2007). Decreto No. 281/2007. Reglamento para la implantación y consolidación del sistema de dirección y gestión empresarial estatal. *Gaceta Oficial*, 21, 325-328.
- Cooper, R. (1994). Perspective: Third Generation New Product Processes. *Journal of Product Innovation Management*, 11, 3-14.
- Course IOE 421 Work Organizations. Michigan, USA. Disponible en: <https://books.google.com>
- Díaz, A. (Ed.). *Economía cubana: entre cambios y desafíos*.
- Díaz, I. (2019). La innovación en Cuba: una valoración crítica. *Apuntes Contables*, 24, 165-178. DOI: <https://doi.org/10.18601/16577175.n24.10>
- Díaz-Canel, M. (2019). Pondera Díaz-Canel rol del sistema bancario en el desarrollo del país. *Agencia Cubana de Noticias*. Disponible en: <http://www.acn.cu/cuba/42771-pondera-diaz-canel-rol-del-sistema-bancario-cubano-en-desarrollo-del-pais-fotos>
- Fintech y Banca Digital (2017). CaixaBank: El banco más innovador del mundo. Disponible en: <https://news.america-digital.com/caixabank-banco-mas-innovador-del-mundo/>
- Gouel, P. (2005). Theories of Organization. Industrial and Operations Engineering, La Habana: Editorial del Instituto de Investigaciones Culturales Juan Marinello, pp. 176-197.
- León, J. E. (2006). ¿Qué sabe acerca de la innovación financiera? *Visión Gerencial*, 5(1), 63-71.
- López, O., Blanco, M. y Guerra, S. (2009). *Evolución de los modelos de la gestión de innovación*. Ciudad de México: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Montoya, O. (2004). Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico.
- Nadler, D. and Tushman, M. (1997). *Competing by design: The power of organizational architecture*. New York: Oxford University Press.
- OCDE (2018). Oslo Manual. The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities. Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation. 4th Edition. Eurostat, pp. 20-21. Disponible en: <https://www.oecd-ilibrary.org>
- PCC (2017). Documentos del VII Congreso del Partido Comunista de Cuba aprobados por el III Pleno del Comité Central del PCC el 18 de mayo de 2017 y respaldados por la Asamblea Nacional del Poder Popular el 1 de junio de 2017 (II). Disponible en: <http://www.granma.cu/file/pdf/gaceta/tabloide>
- Puschmann, T. (2017). Fintech, Business & Information. *Systems Engineering*, 59(1), 69-76.
- Revilla, E. (1991). *Innovación tecnológica. Ideas básicas*. Colección Innovación Práctica. Valladolid, España: Fundación COTEC, pp. 20-50.

- Rodríguez, E. (2018). ¿Cómo estructurar la disrupción financiera? *COBIS*. Disponible en: <http://blog.cobiscorp.com/como-estructurar-disrupcion-financiera>
- Rodríguez, E. (2019). Seis tendencias de tecnología bancaria para el 2019. *COBIS*. Disponible en: <http://blog.cobiscorp.com/seis-tendencias-de-tecnología-bancaria-para-el-2019>
- Romero, C. (2018). Breve historia de la innovación tecnológica en los servicios financieros. Línea del tiempo tecnologías emergentes e innovaciones en los servicios financieros. Disponible en: <https://www.fintechgracion>.
- Sánchez, P. (2006). La tercera edición del Manual de Oslo: cambios e implicaciones. Una perspectiva de capital intelectual. *Revista I+D*, 35, 1-16.
- Secretaría de Economía (2017). ¿Qué es la innovación financiera? Blog del Emprendedor. México. Disponible en: <https://www.inadem.gob.mx/que-es-la-innovacion-financiera/>
- Silva, A. y Ramos, M. (2017). La evolución del sector FinTech, modelos de negocio, regulación y retos. México: Editorial FUNDEF-Fundación de Estudios Financieros.
- Velasco, E., Zamanillo, I. y Gurutze, M. (2007). Evolución de los modelos sobre el proceso de innovación desde el modelo lineal hasta los sistemas de gestión. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?-codigo=2499438>
- Yam, R., Guan, J., Pun, K. and Tang, E. (2004). An Audit of Technological Innovation Capabilities in Chinese Firms: Some Empirical Findings in Beijing, China. *Research Policy*, 33, 1123-1140.



CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS Y LOS FACTORES QUE INFLUYEN LA ELECCIÓN DE ALIMENTOS EN ADULTOS MEXIQUENSES

Bautista Rodríguez Mónica Lizbeth¹

María del Carmen Aguilar García²

María Fernanda García Rojas Morales³

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Bautista Rodríguez Mónica Lizbeth, María del Carmen Aguilar García y María Fernanda García Rojas Morales (2022): "Características sociodemográficas y los factores que influyen la elección de alimentos en adultos mexiquenses". Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS, n. 29 (p.p. 15-26, marzo 2022). En línea: <https://www.eumed.net/es/revistas/rilcoDS/29-marzo22/alimentos>

RESUMEN

Existen muchos factores determinantes que influyen en la elección y consumo de alimentos, las condiciones socioeconómicas y sociodemográficas se han visto asociadas ocasionando una constante transición alimentaria y cambios en los hábitos de alimentación en la población. Objetivo. Conocer los factores que determinan la elección de alimentos en adultos mexiquenses. Materiales y método. La población estudiada estuvo conformada por 100 adultos de 25 a 59 años. Se aplicó un cuestionario con ayuda de la herramienta de formularios de Google para obtener la información del nivel socioeconómico, utilizando la clasificación de la Asociación Mexicana de Agencias de

¹ Profesión: Nutrióloga. Lugar de trabajo: Grupo Colegio Mexiquense Correo electrónico: monica.bautista.lic@colmexuni.edu.mx

² Profesión: Pasante de la Licenciatura en Nutrición Lugar de estudios: Grupo Colegio Mexiquense Correo electrónico: maricarmen4aguilar@gmail.com

³ Profesión: Nutrióloga Lugar de trabajo: ISEM Correo electrónico: fernanda_gamoro@hotmail.com

Inteligencias de Mercado y Opinión y el cuestionario de elección de alimentos realizado por Elorriaga, Colombo, Hough, Watson y Vázquez. El manejo de los datos se realizó por medio del paquete estadístico SPSS. Resultados. La salud, valor nutritivo y contenido natural y atractivo sensorial fueron las características que determinan la elección de alimentos en hombres y mujeres, sin importar la edad ni el nivel socioeconómico que presenten los participantes. Conclusiones. Los adultos mexiquenses tienen la intención de elegir sus alimentos a partir del contenido nutricional que contengan, es decir, cubrir una alimentación adecuada, sin embargo, dicha elección no es concluida debido a factores externos, como el precio, los conocimientos sobre la lectura del etiquetado o sobre los ingredientes, la costumbre, etcétera.

Palabras Clave: elección de alimentos, factores sociodemográficos, nivel socioeconómico, adultos.

SOCIODEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS AND FACTORS INFLUENCING FOOD CHOICE IN MEXIQUENSE ADULTS

ABSTRACT

There are many determining factors that influence food choice and consumption. Socioeconomic and sociodemographic conditions have been associated with a constant food transition and changes in the eating habits of the population. Objective. To determine the factors that determine food choice in adults in Mexico. Materials and method. The study population consisted of one hundred adults between 25 and 59 years of age. A questionnaire was applied with the help of the Google Forms tool to obtain information on socioeconomic level, using the classification of the Mexican Association of Market and Opinion Intelligence Agencies and the food choice questionnaire conducted by Elorriaga, Colombo, Hough, Watson and Vázquez. Data management was performed using the SPSS statistical package. Results. Health, nutritional value and natural content and sensory appeal were the characteristics that determine food choice in people, regardless of age and socioeconomic level presented by the participants. Conclusions. Adults in Mexico have the intention of choosing their food based on the nutritional content it contains, that is, to cover an adequate diet, however, this choice is not concluded due to external factors such as price, knowledge about labeling or ingredients, habit, and so on.

Keywords: food choice, sociodemographic factors, socioeconomic level, adults.

INTRODUCCIÓN

Actualmente los estudios en nutrición han sido más enfocados en la prevención de enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) y en su tratamiento, por ser el principal problema de salud en México (Córdova, J.A., 2008), también se ha estudiado el efecto de los hábitos y los

comportamientos alimentarios en las personas, ya que estos, como se ha visto, pueden tener un impacto negativo en la salud y aumentar el riesgo en la prevalencia de diversas patologías (López, I., *et.al.*,1997). En este sentido resulta necesario comprender los factores determinantes que afectan o influyen en la elección de los alimentos dejando a un lado si son países industrializados o en vías de desarrollo, en los que se puede observar una transición alimentaria (Drewnowski, A.,1997) y poder conocer cuáles son los factores más influyentes que podrían estar relacionados con los cambios y tendencias en los patrones del consumo alimentario.

Se sabe que el primer factor impulsor de la alimentación es el determinante biológico (Ochoa, C.,2014), el desarrollo de los mecanismos de saciedad, el hambre, el apetito y el sentido del gusto pueden ser alterados y regulados en cualquier momento por los hábitos o por simple evolución biológica (Prentice, A.M.,2001). Sin embargo, esto se suma a otros determinantes como pueden ser: económicos, sociales, físicos y psicológicos (Kohen, V.,2011).

Como se mencionó anteriormente la economía es un factor en la elección de alimentos, sin embargo, el hecho de que el costo sea limitado o prohibitivo, depende fundamentalmente de los ingresos y del estatus socioeconómico de cada familia o persona (Araya, M.,2002), no obstante, lo importante es saber que una alimentación adecuada en calidad y cantidad cubre las necesidades nutritivas de una persona, lo que el disponer de mayor acceso a los alimentos no significa que exista una alimentación de mayor calidad (Irala-Estévez, J.D., *et.al.*, 2000).

Sydney Mintz (1996) plantea que las personas les dan a los alimentos atributos o significados para clasificarlos, de manera que guían su elección según la ocasión, condición socioeconómica, edad, sexo, estado fisiológico, imagen corporal, prestigio, entre otros. Mintz por otro lado, señala que los significados pueden ser obtenidos a partir de la externalidad al ámbito doméstico pero que a su vez éstos pueden intervenir sobre las decisiones familiares y del hogar, como la disponibilidad y accesibilidad a los alimentos, los horarios de trabajo, la organización del tiempo, el cuidado de los hijos o la exposición a alimentos nuevos, además de las ideas sobre la alimentación y salud que emiten diferentes medios. Mientras que los significados internos constituyen lo que las familias convierten o vuelven íntimo a las condiciones del contexto, es decir, son la expresión de la adopción doméstica a las condiciones externas y que se expresan en la decisión de: ¿Qué se come?, ¿Dónde?, ¿Cuándo?,¿Cómo se prepara?, ¿Con quién? y ¿Por qué? (Bertran, M.,2015).

Los factores pueden influir y variar en función al estilo de vida de cada persona o grupo de personas por lo que el conocer las características sociodemográficas y los factores que obligan a la elección de los alimentos de un cierto grupo poblacional pueden ayudar a conocer los factores influyentes entorno a esa población. Por lo tanto, el objetivo del estudio es conocer los factores que determinan la elección de alimentos en adultos mexicanos.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se realizó un estudio transversal, observacional y descriptivo en una muestra por conveniencia de personas mayores a 25 años quienes fueron reclutadas vía internet.

La población estudiada estuvo conformada por 100 adultos. Los criterios de inclusión: que fueran residentes del Estado de México y con una edad comprendida entre los 25 a 59 años. Del total de los participantes el 67% fueron mujeres (n=67) y el 33% hombres (n=33), con una media de edad de 37.3 años.

Los instrumentos que se utilizaron para la realización de esta investigación fueron los siguientes:

1. *Cuadernillo de información sociodemográfica*. Se obtuvo información: edad, sexo y nivel socioeconómico (NSE) de acuerdo con la clasificación de la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencias de Mercado y Opinión (AMAI, 2018) que clasifica a los niveles socioeconómicos en:

- *A/B: Clase Alta*, es el nivel más alto de vida. El perfil del jefe de familia de estos hogares generalmente presenta un nivel educativo de Licenciatura o posgrado. Viven en casas o departamentos con todas las comodidades.
- *C+: Clase Media Alta*, incluye a aquellos que sus ingresos y/o estilo de vida es ligeramente superior a los de clase media. Generalmente viven en casas o departamentos propios y cuentan con todas las comodidades.
- *C: Clase Media*, se denomina clase media. El perfil del jefe de familia presenta un nivel educativo de preparatoria principalmente. Los hogares son casas o departamentos propios o rentados con algunas comodidades.
- *D+: Clase Media Baja*, el perfil del jefe de familia presenta generalmente un nivel educativo de secundaria o primaria completa. Los hogares son propios en su mayoría y en algunos casos rentan inmuebles o algunas viviendas de interés social.
- *D: Clase Baja*, se denominan clases bajas. El perfil del jefe de familia de estos hogares presenta un nivel educativo de primaria en promedio. Los hogares pertenecientes a este segmento son propios o rentados (es fácil encontrar tipo vecindades), los cuales son en su mayoría de interés social o de rentas congeladas.
- *E: Clase más Baja*, es el segmento más bajo de la población. El perfil del jefe de familia de presenta un nivel educativo de primaria sin completarla. Generalmente no poseen un lugar propio teniendo que rentar o utilizar otros recursos para conseguirlo.

2. *Cuestionario de elección de alimentos* por Elorriaga, Colombo, Hough, Watson y Vázquez en 2012. Se trata de un cuestionario que consta de 33 ítems distribuidos en 9 factores: “salud, valor nutritivo y contenido natural”, “precio y accesibilidad en los comercios”, “control de peso”, “ecología”, “comodidad en la preparación”, “estado de ánimo”, “religión”, “apariencia y aspectos extrínsecos” y “atractivo sensorial”. Los ítems se puntúan con una escala de ponderación de 1 a 10

(de *nada importante* a *muy importante*). La escala presenta adecuados niveles de consistencia interna con un alfa de Cronbach para cada uno de los factores entre 0.65 a 0.90.

Procedimientos

Se utilizó como soporte para la recolección de la información la herramienta de formularios de Google, con opción anónima, de modo que no se requería identificación previa, ni alguna información que permitiera la identificación de los participantes.

Se informó sobre la finalidad y los objetivos de la investigación, que la participación era voluntaria y que además podían abandonar el cuestionario en el momento que decidieran y que los datos eran únicamente para fines de la investigación y siempre cuidado su identidad; por medio del consentimiento informado.

Posteriormente se presentaron los cuestionarios, ambos con instrucciones precisas sobre su llenado. Finalmente, el manejo de los datos se realizó por medio del paquete estadístico SPSS versión 25.

RESULTADOS

Las características sociodemográficas incluidas en el estudio se muestran en la Tabla 1. La muestra esta constituida por 67 mujeres, siendo el grupo más popular; del mismo modo, el grupo de edad que más se hizo presente fue el de 25 a 34 años; no encontrando participantes en el grupo de edad de mayores a 55 años. En cuanto al nivel socioeconómico, se obtuvo que la mayoría de la población se agrupa en el nivel clase media alta (C+).

Tabla 1.

Datos sociodemográficos: sexo, grupo de edad y nivel socioeconómico

Características	N	%	Características	n	%
	100	100		100	100
Sexo			Nivel Socioeconómico		
Hombre	33	33%	A/B	23	23%
Mujer	67	67%	C+	26	26%
Grupos de edad			C	21	21%
Entre 25 y 34	47	47%	C-	15	15%
Entre 35 y 44	27	27%	D+	7	7%
Entre 45 y 54	26	26%	D	7	7%
Mayor a 55	0	0%	E	1	1%

La importancia en la elección de los alimentos se muestra en las siguientes tablas (Tabla 2 y Tabla 3), ambas determinadas según el sexo, grupo de edad y NSE.

En el caso de las mujeres, el principal factor que tienen en cuenta durante la elección de alimentos es la “salud, valor nutritivo y contenido natural” es decir, le brindan mayor importancia a aquellos alimentos que sean más nutritivos, que contengan fibra, ingredientes naturales, vitaminas y minerales. Los hombres a su vez le dan mayor interés en el momento de la elección de sus alimentos al componente “atractivo sensorial”, es decir, que los alimentos sean agradables en sabor y aroma. Ambos componentes (salud, valor nutritivo y contenido natural y atractivo sensorial) fueron los que determinan la elección de alimentos en hombres y mujeres.

En el caso de la muestra dividida por grupo de edad (de 25 a 34; de 35 a 44; de 45 a 54) toda la muestra demostró que la importancia que le dan a la elección de sus alimentos viene conferida por el “atractivo sensorial”. En el componente de “salud y contenido natural” si bien, se posiciona en segundo lugar en la muestra, el grupo joven de 25 a 34 años son quienes le dieron menor puntuación en relación con el resto de la muestra. El componente de “apariencia y aspectos extrínsecos” relacionado a la apariencia física, incluyendo el envase y la marca de los alimentos es uno de los componentes con menor importancia en el grupo más grande (de 45 a 55). De manera general, ya sea dividida la muestra por sexo o por grupo de edad, el componente con menor importancia en el momento de la elección de los alimentos es la “religión”.

Tabla 2. Elección de alimentos según sexo y grupo de edad

Factor	Sexo		Grupo de edad		
	Hombre	Mujer	25 a 34	35 a 44	45 a 54
	Media (DE) Mediana	Media (DE) Mediana	Media (DE) Mediana	Media (DE) Mediana	Media (DE) Mediana
Atractivo sensorial	8,28 (2,11) 9	8,08 (1,9) 8,71	8,34 (2,35) 9	8,85 (1,93) 9,5	8,82 (1,82) 9
Salud, valor nutritivo y contenido natural	7,92 (1,55) 8,28	8,76 (2,11) 10	7,77 (1,8) 8,28	8,5 (1,73) 8,71	8,36 (1,74) 9
Precio y accesibilidad en comercios	7,16 (1,62) 7,6	7,51 (1,91) 8,2	7,31 (2) 8	7,4 (1,83) 8	7,56 (1,45) 8,1
Ecología	6,85 (2,22) 7	7,2 (2,15) 7,33	6,92 (2,19) 7,33	7,17 (2,05) 7	7,32 (2,29) 8,16
Apariencia y aspectos extrínsecos	6,18 (1,96) 6,3	6,5 (2,10) 6,66	6,56 (2,19) 7	6,66 (2) 6,66	5,82 (1,77) 6
Control de peso	6,39 (2,5) 6,25	6,97 (2,09) 7,5	6,35 (2,16) 6,5	7,22 (2,24) 8	7,08 (2,3) 8
Comodidad en la preparación	6,5 (2,22) 7	6,69 (2,34) 7,3	6,05 (2,56) 6,33	7,38 (2,09) 7,66	6,88 (1,68) 7,33
Estado de ánimo	6,25 (2,52) 7,25	7,03 (2,22) 7,5	6,4 (2,3) 6,75	7,23 (2,16) 7,75	6,98 (2,19) 7,62
Religión	3,6 (2) 2,89	3,61 (2,72) 2,5	3,36 (2,72) 2	4,18 (3,5) 2,9	3,48 (2,65) 2,25

Se omitió el grupo de edad > a 55 años ya que no hubo participantes con esa característica.

En el caso de la muestra dividida por NSE, se encuentra nuevamente el comportamiento anterior en el que el componente con mayor importancia es el “atractivo social” sin importar el nivel socioeconómico que presenten los participantes. De manera específica, el grupo del NSE A/B, es decir, la clase alta, muestra ponderaciones más altas en todos los componentes en relación con los demás niveles. Mientras que el grupo D, muestra las ponderaciones más bajas, la mayoría muy cercana a los 5 puntos, sin embargo, es de los grupos con mayor importancia al componente “religión”.

Tabla 3.

Elección de alimentos según el nivel socioeconómico

Factor	A/B	C+	C	C-	D+	D
	Media (DE) Mediana	Media (DE) Mediana	Media (DE) Mediana	Media (DE) Mediana	Media (DE) Mediana	Media (DE) Mediana
Atractivo sensorial	9,13 (1,16) 9,5	8 (2,77) 9,25	8,47 (2,56) 10	8,8 (,97) 9	9,42 (,83) 10	8,07 (2,72) 9
Salud, valor nutritivo y contenido natural	8,67 (1,25) 9	7,67 (1,95) 8,28	7,6 (2,25) 8,71	8,54 (,94) 8,28	8,38 (1,93) 9,28	6,97 (2,13) 7,28
Precio y accesibilidad en comercios	7,86 (1,09) 8,2	7,1 (2,21) 7,9	7,4 (1,99) 8,2	7,41 (1,6) 8	7,22 (1,48) 7,2	6,77 (2,4) 7
Ecología	7,66 (1,52) 7,66	6,73 (2,29) 7	6,68 (2,5) 7,66	7,11 (1,53) 7	7,61 (3,23) 9	6,8 (2,5) 7,66
Apariencia y aspectos extrínsecos	7,53 (1,52) 7,66	5,85 (1,9) 6,16	6,34 (2,25) 6,66	5,95 (2,33) 6,33	6,23 (1,9) 5,66	5,8 (2,3) 5,3
Estado de ánimo	7,48 (2,12) 7,75	6,27 (2,5) 6,25	6,5 (2,43) 7,5	6,7 (1,8) 7,25	6,92 (2,98) 8,25	6,67 (2,54) 6,5
Control de peso	7,35 (2,05) 7,75	6,45 (2,31) 6,75	6,02 (2,22) 5,75	7,23 (1,71) 7,25	6,92 (3,23) 9	6,78 (2,4) 7,5
Comodidad en la preparación	7,05 (1,83) 7,33	6,53 (2,69) 7,33	6,61 (2,16) 7,33	6,06 (2,59) 6,33	6,57 (1,90) 6,66	6,38 (2,37) 7,33
Religión	3,73 (2,88) 3	3,48 (2,7) 2	3 (2,56) 2	3,96 (2,6) 3	4,5 (3,47) 3,5	4 (3,4) 2,5

Se omitió el grupo de NSE E ya que solo hubo 1 participante con esa característica.

DISCUSIÓN

Es bien sabido que la alimentación es un proceso complejo que no solo se determina por el ingreso de los alimentos a la boca, sino por todos los factores que lo acompañan, como lo son los sentidos

del tacto, la vista, el oído, pero sobre todo el olfato y gusto. De hecho, la neurogastronomía según Shepherd en 2012 nos describe el modo en el que el sistema cerebral del aroma crea percepciones, emociones, recuerdos, conciencia, lenguaje y decisiones.

Esto nos hace comprender la importancia que las personas le otorgan al sabor y aroma, es decir al componente “atractivo sensorial”. El sentido del gusto se desarrolla desde los últimos meses de vida intrauterina, alcanzando su maduración durante el octavo o noveno mes (Temple et al., 2002; Álvarez et al., 2003), es decir, una vez cuando comienza la alimentación complementaria y que se integran gran cantidad de alimentos, los humanos somos capaces de elegir que alimentos son agradables a nuestro paladar y cuales no lo son. Así mismo, en un estudio realizado por Elorriaga y cols. (2012), en una muestra universitaria, encontraron que el componente de mayor importancia en la elección de alimentos es del mismo modo el “atractivo sensorial”, lo que apoya los resultados obtenidos en el presente estudio.

Por otro lado, el sexo juega un papel fundamental en la salud, alimentación y por lo tanto en la elección de los alimentos. La alteración en la imagen corporal es un tema común en la población mexicana, sin embargo, su origen no es lineal en hombres y mujeres, ya que en los hombres dicha insatisfacción corporal viene acompañada de un deseo por aumentar la musculatura, ser más voluminosos, mientras que en las mujeres el deseo viene orientado a ser más delgadas (Vaquero-Cristóbal, et al., 2013). Por otro lado, estudios han demostrado que las mujeres suelen preocuparse en mayor medida por su peso (San Mauro, et al., 2014) en relación con los hombres, además que las mujeres prestan más atención a la información sobre nutrición y tienden a leer las etiquetas de los alimentos con mayor frecuencia que los hombres.

Actualmente, las redes sociales y la publicidad impactan negativamente en la población joven generalmente en las mujeres, pues la percepción del “ideal” corporal se define a partir de la delgadez, por lo que, se esperaría que el interés que las mujeres mexiquenses jóvenes de este estudio tuvieran por la “salud, valor nutritivo y contenido natural” y el “control de peso”, sean más importantes en relación a los demás grupos de edad. Ya que, entre mayor edad, el interés por mantenerse en forma se va perdiendo (Alvarado E, et al, 2012), sin embargo, los resultados obtenidos en este estudio demuestran que el grupo de 35 a 44 años son quienes tienen mayor interés por elegir alimentos saludables que los ayuden a estar en forma, seguido del grupo de 45 a 54 y por último el grupo joven.

Otro punto que resaltar es el interés sobre “precio y accesibilidad en comercios” y “comodidad en la preparación”, ya que la participación femenina en las actividades extradomésticas es menor a la masculina (Instituto Nacional de las Mujeres, 2003). Prevalciendo los roles del hombre proveedor y la mujer ama de casa, por lo que, son las mujeres quienes deben *preocuparse* más de actividades sobre la compra de alimentos y la preparación de la comida.

El grupo A/B del NSE, presentó mayores ponderaciones en relación a cualquier otro grupo sin importar la característica sociodemográfica estudiada, es decir, que la gran mayoría de componentes son pieza importante en el momento de la elección de sus alimentos, por lo que, se podría concluir que toman con mayor seriedad la elección de sus alimentos en relación con los demás grupos. Esto no quiere decir que un NSE alto asegura que las personas tengan mejor salud, no obstante, es un tema de controversia. Un estudio realizado en escolares de Chile demostró que a mayor NSE mayor incidencia de sobrepeso y obesidad (Adjemian D, et al., 2007), así mismo, se ha señalado que las mujeres adultas con menor NSE presentan mayores niveles de exceso de peso en países desarrollados (Seidell, 2005).

La “apariencia y aspectos extrínsecos” es un componente que solo en el grupo A/B tiene una ponderación alta, Van der Laan y Cols mencionaron que la gente en el momento de elegir entre dos productos con los cuales no está familiarizado, el atractivo del diseño del envase es decisivo, sin embargo, en niveles socioeconómicos medios y bajos no son de importancia para la elección de alimentos, es decir, la marca del producto y la apariencia del envase no son decisivos.

CONCLUSIÓN

Para los adultos mexicanos el sabor y aroma agradable en los alimentos es un determinante para su elección, lo que parece ser de los mayores retos de la Salud Pública en cuanto a la lucha contra el sobrepeso y la obesidad, pues la mayoría de los alimentos ricos en calorías, grasas y azúcares son aquellos que tienen un sabor más *agradable* al paladar. Por otro lado, e irónicamente, el contenido de los alimentos (salud, valor nutritivo y contenido nutricional) ocupa de manera general la segunda posición en la población estudiada, sin embargo, datos actuales nos demuestran que México ocupa el 2do lugar a nivel mundial de obesidad en adultos mayores a 20 años y que, además, la población suele tener poco interés en su forma de alimentarse. Por lo que se concluye que, los adultos mexicanos tienen la intención de elegir de manera adecuada sus alimentos, sin embargo, no se culmina dicha elección quizá por factores externos, como el precio, los conocimientos sobre la lectura del etiquetado o sobre los ingredientes, la costumbre, etcétera. Lo que nos hace interesarnos más sobre temas relacionados a la importancia de la alimentación y el comportamiento en salud de la población.

REFERENCIAS

- Adjemian, D., Bustos, P., Amigo, H. (2007). Nivel socioeconómico y estado nutricional. Un estudio en escolares. *ALAN*. 5(2). <http://bvspers.paho.org/texcom/nutricion/nivel.pdf>
- Alvarado, E., Luyundo, J. (2013). Alimentos saludables: la percepción de los jóvenes adolescentes en Monterrey, Nuevo León. *Estudios Sociales*. 21(41), 145 a 164. <http://www.scielo.org.mx/pdf/estsoc/v21n41/v21n41a6.pdf>

- Álvarez, J., Cilense, A., Abreu, C. (2003). Physiology of taste and food acceptance by infants. *Brazilian Journal of Oral Sciences*, 2(6), 245-248. <https://doi.org/10.20396/bjos.v2i6.8641692>
- Araya, M., & Atalah, E. (2002). Factors that determine food selection in families from popular sectors. *Revista chilena de nutrición*, 29(3), 308-315. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182002000300006>
- Bertran, M. (2015). Alimentación y salud en el México contemporáneo: una mirada sociocultural. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición*, 65(1). <https://www.alanrevista.org/ediciones/2015/suplemento-1/art-41/>
- Córdova JA, Barriguete JA, Lara A, Barquera S, Rosas M, Hernández M, et al. (2008). Chronic noncommunicable diseases in Mexico: epidemiologic synopsis and integral prevention. *Salud Publica México*, 50, 419-427. <http://www.scielo.org.mx/pdf/spm/v50n5/a15v50n5.pdf>
- Drewnowski, A., & Popkin, B. M. (1997). The nutrition transition: new trends in the global diet. *Nutrition reviews*, 55(2), 31–43. <https://doi.org/10.1111/j.1753-4887.1997.tb01593.x>
- Instituto Nacional de las Mujeres. (2003). Perfil de mujeres y hombres en México. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100778.pdf
- Irala-Estévez, J. D., Groth, M., Johansson, L., Oltersdorf, U., Prättälä, R., & Martínez-González, M. A. (2000). A systematic review of socio-economic differences in food habits in Europe: consumption of fruit and vegetables. *European journal of clinical nutrition*, 54(9), 706–714. <https://doi.org/10.1038/sj.ejcn.1601080>
- López, I., Martínez MA, Gibney M, Kearney J, Kearney M, Martínez JA. (1997). Factors with the greatest influence on food choice in the Spanish population. *Rev. Esp. Community Nutrition*, 3(3y4), 113-121. [https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/7221/1/SUN%20RENC%20\(3,%2034\)%201997.pdf](https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/7221/1/SUN%20RENC%20(3,%2034)%201997.pdf)
- Loria Kohen, V. (2011). A global vision of the factors that condition intake. Measuring instruments. *Nutrición Hospitalaria*. 4(2), 14-24. <http://www.nutricionhospitalaria.com/pdf/5298.pdf>
- Mintz, Sidney. (1996). Dulzura y Poder. El lugar del azúcar en la historia moderna. Siglo XXI Editores, México. <https://www.redalyc.org/pdf/138/13841209.pdf>

- Miralles, R., Figueroa, B., Sánchez, N., Navarro, M., Arranz, P., Bernal, M. et al. (2014). Hábitos alimentarios y psicológicos en personas que realizan ejercicio físico. *Nutrición Hospitalaria*, 30(6), 1324-1332. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=309232644018>
- Ochoa, C., & Muñoz Muñoz, G. (2014). Hambre, apetito y saciedad. *Revista Cubana de Alimentación y Nutrición*, 24(2),1-12. <http://www.revalnutricion.sld.cu/index.php/rcan/article/view/193>
- Prentice, A.M. (2001). Fires of life: the struggles of an ancient metabolism in a modern world. *British Nutrition Foundation Nutr. Bull*,26,13-27. <https://doi.org/10.1046/j.1467-3010.2001.00100.x>
- Seidell, J. (2005). Epidemiology of obesity. *Seminars in vascular medicine*. 5(1), 3-14. DOI: 10.1055/s-2005-871737.
- Shepherd G. (2012). Neurogastronomy: how the brain creates flavor and why it matters. DOI:10.1186/2044-7248-1-21
- Temple, E., Laing, D., Hutchinson, I., Jinks, A. (2002). Temporal perception of sweetness by adults and children using computerized time-intensity measures. *Chemical Senses*, 27(1), 729-737. <https://doi.org/10.1093/chemse/27.8.729>
- Van der Laan, LN., De Ridder, DT., Viergever, MA., Smeets, PA. (2012). Appearance matters: neural correlates of food choice and packaging aesthetics. *PloS one*.;7(7). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0041738>
- Vaquero-Cristóbal, R., Alacid, F., Muyor, J., López-Miñarro, P. (2013). Imagen corporal, revisión bibliográfica. *Nutrición Hospitalaria*. 28(1), 27-35. <https://dx.doi.org/10.3305/nh.2013.28.1.6016>
- World Health Organization. Obesity. (2017). Preventing and managing the global epidemic. Report of a WHO consultation on obesity. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/42330?locale-attribute=es&>

DESARROLLO SUSTENTABLE, NEGOCIOS, EMPRENDIMIENTO Y EDUCACIÓN

latindex  Dialnet  IDEAS

DESENVOLVIMENTO LOCAL E O LABORATÓRIO DO TERRITÓRIO

Pós Doutor Ericê B. Correia¹Mestra Lúcia Paula Martins Prado Macedo²Mestra Adriana Maria Cavalcanti Montenegro³

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Ericê B. Correia, Lúcia Paula Martins Prado Macedo, Adriana Maria Cavalcanti Montenegro (2022): "Desenvolvimento local e o laboratório do território". Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS, n. 29 (p.p. 27-40, marzo 2022). En línea: <https://www.eumed.net/es/revistas/rilcoDS/29-marzo22/laboratorio>

RESUMO

Este artigo aborda a questão do Desenvolvimento Local. Seu objetivo é caracterizar a ação específica de projetos em Educação, através do Projeto Laboratório do Território, que será aplicado pela Faculdade de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas do Cabo de Santo Agostinho – FACHUCA, no município do Cabo de Santo Agostinho em Pernambuco, Brasil. O referido projeto, aborda o desenvolvimento de ações de pesquisa e atividades extensionistas, possibilitando a inclusão social, a interação entre comunidades, e o olhar econômico-social da localidade da Destilaria, onde funciona a Faculdade e de onde se executam as linhas operacionais para a aplicação local. Basicamente, são três eixos de desenvolvimento – o humano, o econômico e o social. Neste sentido a concentração das ações na localidade da Destilaria, será distribuída, mediante as análises potenciais de cada eixo, considerando as potencialidades e bloqueios que caracterizam a dinâmica do processo. No aspecto humano se verificará o comportamento dos indivíduos nas diversas atividades e áreas de conhecimento, no desenvolvimento das ações, seja na realização de cursos, capacitações, criação de oportunidades etc. No aspecto econômico, o impacto das atividades no tocante a geração de empregos, negócios inovadores, melhoria das empresas atuais (consultoria). E finalmente, na esfera social, os indicadores de melhoria social local, como empregabilidade, áreas de lazer, diminuição do índice violência, entre outros. Espera-se que este projeto dinamize as ações na localidade, levando a um patamar diferenciado de empirismo na esfera local e sintetize, como afirmam os autores Lave e Wenger, 1991, "representa a participação plena para se denotar o grau de engajamento na comunidade". Haverá as fases formação de grupos de trabalho, análises das propostas, definição das propostas, aplicação no campo, execução das atividades, verificação de resultados, ajustes e correções. Esses grupos terão mentores de atividades que irão verificar da execução até o retorno dos

¹ Faculdade de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas do Cabo de Santo Agostinho – FACHUCA – ericecorreia@gmail.com

² Faculdade Damas - luciapaulamp@hotmail.com

³ Centro universitário Maurício de Nassau - UNINASSAU - adrianacavalcantimontenegro@gmail.com

resultados obtidos. Espera-se que ao final do processo, tenha-se um nítido processo de engajamento social e o alcance dos objetivos e metas, especificados.

Palavras-chaves: Desenvolvimento local, Comunidade, Projeto.

LOCAL DEVELOPMENT AND THE TERRITORIAL LABOARATORY

ABSTRACT

This article addresses the issue of Local Development. Its objective is to characterize the specific action of projects in Education, through the Laboratory of the Territory Project, which will be applied by the Faculty of Human and Social Applied Sciences of Cabo de Santo Agostinho - FACHUCA, in the municipality of Cabo de Santo Agostinho in Pernambuco, Brazil. The aforementioned project addresses the development of research activities and extension activities, enabling social inclusion, interaction between communities, and the economic and social perspective of the locality of Destilarie, where the faculty works and from where the operational lines for the local application. Basically, there are three axes of development - the human, the economic and the social. In this sense, the concentration of actions in the location of the Distillery, will be distributed, through the potential analysis of each axis, considering the potentialities and blockages that characterize the dynamics of the process. In the human aspect, the behavior of individuals in different activities and areas of knowledge will be verified, in the development of actions, whether in the realization of courses, training, creation of opportunities, etc. In the economic aspect, the impact of activities in terms of job creation, innovative businesses, improvement of current companies (consultancy). And finally, in the social sphere, the indicators of local social improvement, such as employability, leisure areas, decrease in the violence rate, among others. It is hoped that this project will boost actions in the locality, leading to a different level of empiricism in the local sphere and synthesize, as the authors Lave and Wenger, 1991, affirm, " represents full participation to denote the degree of engagement in the community.". There will be the phases of formation of working groups, analysis of proposals, definition of proposals, application in the field, execution of activities, verification of results, adjustments, and corrections. These groups will have mentors of activities that will verify from the execution until the return of the obtained results. It is expected that at the end of the process, there will be a clear process of social engagement and the achievement of the specified objectives and goals.

Keywords: Local development, Community, Project.

INTRODUÇÃO

O estudo e análise do Desenvolvimento Local, vem se tornando um fator para o crescimento das diversas cidades e municípios no Brasil. Esse fenômeno de buscar na localidade as alternativas de soluções aos seus problemas, se aprofundou na recente pandemia do Covid-19 e caracterizou o fato de que a localidade, necessita criar as condições para o enfrentamento frente aos desafios que se acumulam a cada dia.

Neste sentido entender e compreender as problemáticas locais, requer pesquisa, análise situacional, diagnóstico local e planejamento como repostas as diversas questões posicionam as localidades numa situação de desvantagem ao não entender o que requer solução local. Essas desvantagens locais, se especificam ao momento que não se sabe quais fatores de fato, proporcionaram essa deficiência.

As questões do Desenvolvimento Local é complexa por sua natureza, uma vez que necessariamente, envolve três eixos fundamentais: o fator humano, o aspecto econômico e a lógica social. Neste caminho, fazer a análise as demandas e pontos vitais da interação destes aspectos, vai requerer a compreensão e o entendimento de como se identificar, conceber e efetivar um caminho único que congregue as soluções de cada um dos temas.

No fator humano, se tem o centro das necessidades e o fim de todas as ações que preconizam a demanda da localidade. O ser humano representa o início, o meio e o fim de todas as realizações, figurando como medida e referência a valorização dos fatores locais, como resposta de construção de um ambiente salutar. Alvin TOFLER, no seu livro “Aprendendo para o Futuro”, coloca o homem como centro de todas as realizações, embora que essa valorização não se efetue de forma equânime em todas as sociedades. Entender que o fator humano é o mais importante como forma sustentável para a localidade. Toda a visão da sustentabilidade, passa pela realidade humana, diante de suas necessidades, realizações e construções de vida. A localidade ao requerer critérios de natureza sustentável, necessita das realizações das pessoas, dimensionando fatores de curto, médio e longo prazo. A História humana se constrói a partir da centralidade local e da dimensão do espaço construído das múltiplas realidades de cada população. Esse habitat natural do local requer, portanto, criações com dimensões humanas como foco das realizações e fim, nos objetivos almejados. No livro “Fator Humano e Desempenho”, o autor Peter DRUCKER, demonstra a natureza humana de forma criativa para o desempenho de suas realizações.

Neste viés, compreende-se a dinâmica da importância humana, como fator principal de identificação com todo o esforço realizado pelos atores locais na busca de atingir objetivos locais que venham a proporcionar condições de convivência e relacionamento na localidade. Obviamente, este processo se dará mediante processo construtivo, tendo a base inicial o lugar, o ponto central de todas as realizações. Portanto, entender o fator humano, é antes de tudo compreender que a dinâmica local dos fatos, se consolidam a partir desse preceito: o homem como centro das realizações.

No aspecto econômico, os atores locais exercerão uma fundamental importância para a criação de estruturas inovativas que gerem oportunidades e renda. Isso se concretiza, a partir da visão empreendedora que seja estabelecida, em identificar nas condições locais elementos que possam a vir gerar riqueza. A oportunidade de se buscar alternativas locais para negócios, por exemplo, virá da especificidade desenvolvida pelas condições e habilidades na agregação de valor. Neste sentido a tecnologia e ação empreendedora, serão os embriões do conhecimento a ser implantado, o chamado “local knowledge”, exerce uma importância singular. A partir de tais aspectos tem-se as vertentes norteadoras do crescimento econômico que poderá advir. Com as atividades tecnológicas, sendo aplicadas e dinamizadas nas realidades das construções de negócios, inicia-se o processo da futura estabilidade econômica local. Foi assim, que se iniciou no Vale do Silício, nas modernas empresas da Coreia do Sul, na tecnologia do Banco do Microcrédito de Yunus (Muhammad Yunus, ganhador do Prêmio Nobel (2006) e o pai do microcrédito). A natureza econômica das realizações locais também, se consolida com as atividades empreendedoras, essa como elemento instaurador de um processo de criação natural na localidade de realizações conjuntas de pessoas e negócios, que mais do que qualquer aspecto, se consolidará pela geração das oportunidades. Então, ao se entender o desenvolvimento econômico de um País, por exemplo, deve-se estudar e analisar o desempenho e a consolidação obtida na esfera local.

Na lógica social, o desenvolvimento local se estabelece através das relações entre os atores locais. Os autores Lave e Wenger especifica à necessidade de se diagnosticar os problemas locais, buscando diálogo e soluções. Este processo, permite a identificação e o trabalho da busca nas alternativas, mas ainda permite a compreensão das medidas de respostas que cada componente irá precisar. As demandas passam pelo crivo dos interesses comuns e das especificidades estabelecidas, se configurando numa análise sistêmica do processo. Dessa forma, a solução para as questões locais, tem a sua origem e solução na dimensão local e não apenas, unicamente, nas respostas globais aos interesses das grandes organizações.

Entender esse processo e ter na pesquisa, no empreender e na criatividade, as molas propulsoras do desenvolvimento local. Um exemplo dessa configuração local, foi a busca da vacina para a Covid-19,

estabelecida por varios países ao mesmo tempo em diversas localidades. Verificou-se o surgimento de varias vacinas em diversos locais, onde os países que detinham melhores condições de conhecimento e pesquisa, foram mais rápidos e exitosos na confecção do produto e isto os diferenciou do ponto de vista social, na proteção de sua população, bem como, no resultado econômico, nas vendas a otras localidades que não desenvolveram o medicamento. Sem dúvida a compreesnsão da lógica social, requer visão ampla, inclusive, das diferenças sociais entre os diversos atores de uma localidade e da condição contributiva de cada um para o desenvolvimento local. E neste sentido, as questões de baixo nivel de conhecimento IDH (Índice de Desenvolvimento Humano), baixa capacidade de investimento, concentração de rendas, entre outros, serão aspectos a serem debatidos e analisados de forma conjunta para se obter melhores resultados dos pontos cruciais no estabelecimento de estratégias para o crescimento da localidade.

Dessa forma, foi construido o Projeto de Laboratório do Território, mediante a parceria entre a Faculdade de Ciencias Humanas e Sociais Aplicadas do Cabo de Santo Agostinho – FACHUCA e a empresa 3Ecologia, para breve implantação do Projeto LabITA no Município do Cabo de Santo Agostinho.

OBJETIVOS

Com a execução do objeto proposto, pretende-se alcançar os seguintes objetivos:

Objetivos Gerais

Desenvolver a lógica locacional, através de subsídios para a implantação de políticas públicas ambientais e para pesquisas no campo das ciências ambientais, humanas e tecnológicas.

Objetivos Específicos

1. Promover o desenvolvimento de um plano de ação para interação da lógica acadêmica e empírica na Cidade do Cabo de Santo Agostinho.
2. Estimular entre estudantes de graduação/pós-graduação mediante sua participação em projetos de pesquisa e extensão que ampliem as perspectivas de desenvolvimento do domínio do método científico e tecnológico.
3. Sistematizar e realizar a implantação de uma visão e prática sustentável no eixo da pesquisa na Faculdade FACHUCA e na sociedade local.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Inovação e Desenvolvimento de Território Periférico

A inovação como um processo social para o desenvolvimento do território periférico A inovação, em uma primeira e última análise, é para a melhorar da vida das pessoas e se dá como um processo social. Deve ocorrer a partir de uma lógica social, que permita de fato às pessoas o benefício de sua inclusão, e até o usufruto dos novos bens e serviços que esta (inovação) venha a proporcionar. A inovação não deve ser vista como mero instrumento de questões econômicas das empresas. Neste sentido, o território periférico precisa ter nas suas condicionantes locais as questões sociais em primeiro plano, a fim de que permita a inserção de novos atores externos e de atores locais no desenvolvimento de um sistema de inovação que traga ganho a todos. Embora ocorram questões desiguais de todas as ordens neste território periférico, é necessário entender que sem a inclusão dos elementos sociais afeitos a este, dificilmente se consolidará um projeto de inovação. Embora existam questões financeiras permeando os esforços e as concentrações na busca de novas tecnologias, vai ser preciso, antes de tudo, entender de pessoas e o que elas querem e almejam para o seu território. Este é um

sentido interessante de analisar as questões sociais do território no campo da inovação. O autor David Harvey, 2000, acentua que o poder do capital, o capitalismo, requer cada vez mais espaço geográfico para implantar e construir novos alicerces de consumo e a associação de governos, onde através da esfera de poder se poderá ter acesso a uma maior densidade de atuação e domínio, gerando uma realidade de consumo no território abordado; porém, a seu turno, a grande massa da população socialmente fora desse contexto se notabiliza em territórios menores, periféricos, Processo social são formas de estabelecer as relações sociais ao longo do tempo, as maneiras pelas quais as pessoas se relacionam entre si. Além disso, considera-se processo social o conjunto de mudanças provocadas pelas interações sociais. Os processos sociais estão presentes em toda a sociedade, por exemplo: quando um grupo de pessoas se reúne para organizar uma festa; quando uma pessoa assimila, ainda que inconscientemente, o jeito de ser ou aspectos culturais de outra; quando um país declara guerra a outro etc.

Quando a inovação não se condiciona dessa forma, elitiza e forma blocos isolados de acesso, gerando ainda mais territórios periféricos. A geração de oportunidades torna-se vital, socialmente, para a cultura da inovação em um território. Para se estabelecer essa visão, são necessários investimentos em conhecimento, aprendizado, cooperação e interação com o maior número de pessoas possível tendo acesso e participando das construções da inovação em um território. Esse efeito de ação focada para a geração de um maior número de pessoas nos processos de inovação criará novas formas de oportunidade e, assim, um caminho inclusivo - e não exclusivo. Pode-se analisar o caso de Cuba, que embora com um bloqueio (mundial) em quase 60 anos, se tornou periférico em termos da visão de inovação no mundo, no entanto, em conformidade com as condições locais existentes, conseguiu manter mais 11 milhões de pessoas se recriando, buscando novos direcionamentos, se reinventando, buscando novas oportunidades. Deve-se entender que, em algumas áreas, Cuba se tornou referência mundial na medicina, especificamente na área de tratamento de doenças da pele, e também na ação preventiva de doenças (apresenta um dos menores índices de mortalidade e um dos maiores em longevidade); nos esportes, particularmente, coletivos com resultados de grande destaque nas competições mundiais; na educação, onde tem zero por cento de analfabetismo e uma formação superior de primeiro mundo da sua população. Então, neste sentido, a inovação em Cuba se deu a partir da lógica endógena dos atores locais - e não exógena. Ressalte-se que não se deu com altos investimentos do capital mundial (em bloqueio), mas com a busca dos atores sociais locais, onde a cooperação, a interação Cuba, país da América Central que tem bloqueio comercial, econômico e financeiro há mais de 60 anos e a busca pelo conhecimento e aprendizado foram vitais. Denota-se, no exemplo de Cuba, que o papel dos territórios, no desenvolvimento da inovação, vai se consolidar com as ações sociais das pessoas dentro de um processo contínuo de busca de oportunidades que irão se adequando e descobrindo alternativas. Inovar não é só gerar dinheiro, inovar é gerar bem-estar social, primeiramente. O autor Milton Santos, no seu livro "Pensando o espaço do homem", afirma: "O espaço que, para o processo produtivo, une os homens, é o espaço que, por este mesmo processo produtivo, os separa" (SANTOS, 1982:33).

Observa-se que a construção dos espaços, singularmente o produtivo, provoca efeitos de separação e interação entre os homens, como afirma o autor, uma vez que o desempenho, por exemplo, em um processo de inovação, pode excluir atores fundamentais de um território, representado por pessoas que não detenham a capacidade de conhecimento e aprendizado necessária a esta inclusão, o que evidenciará bolsões de pessoas excluídas. Assim, é preciso que antes do estabelecimento das questões da inovação se criem mecanismos de interação e cooperação, permitindo que os aspectos do conhecimento e do aprendizado sejam ensinados, possibilitando por outro lado que o saber tácito existente no território seja incorporado a essa dinâmica da inovação.

É preciso criar um pacto social para a inovação em um território periférico. Esse pacto será condicionado por questões de entender, num primeiro momento, as especificidades locais; levantar as deficiências e potencialidades; compreender as singularidades locais de produção; ter informações sobre o conhecimento (teórico e tácito), bem como sobre a capacidade de aprendizado; formar grupos de trabalho com foco nas intensidades das reais potencialidades de desenvolvimento dos projetos; identificar as necessidades de recursos existentes (materiais, financeiros etc); e finalmente fazer a inclusão de pessoas, empresas, organizações da sociedade civil, cooperativas, associações e governo, para que juntos delimitem como deverá ser a implantação da inovação e até a construção de um sistema de inovação. Esta forma de entender os processos de inovação, numa lógica social, permite que o território periférico crie melhores condições de êxito efetivo na sua lógica produtiva. Foi e é assim em Cuba. Com isso, os atores sociais do território ganham e a vida agradece. Há um questionamento atual: “O que a inovação permite fazer”? “É resposta econômica e social para todos os problemas”? Deliberadamente não o é. O fato de gerar riqueza e/ou possibilidade de tal não significa ser e ter o resultado ideal, uma vez que no modelo adotado há apenas ganhos financeiros e acúmulo de capital. Assim, ocorre que apenas uma pequena parcela da população terá acesso, gerando a concentração de renda. Então, é preciso entender o papel da inovação como um elemento social de transformação, na geração de oportunidades e na busca de novos espaços econômicos e sociais inclusivos. Isto vai requerer dos atores sociais uma relação maior de interação e cooperação, sendo finitamente vista no campo econômico, porém infinitamente no campo social. Talvez resida desta forma o desafio de entender a inovação como um processo social de transformação da vida das pessoas para melhor - e não como um processo excludente. Deve haver crescimento econômico, mas com riqueza de ganhos sociais efetivos num determinado território, que passa por um processo de desconcentração da renda, principalmente se este for considerado periférico no contexto regional ou nacional. O autor indiano Amartya Sen (ganhador do Nobel de Economia em 1998), no seu trabalho e nas suas contribuições para a teoria da decisão social e de “welfare state”, caracteriza a relação econômica com a relação da liberdade, demonstrando que o desenvolvimento de um país se consolida entre essas relações e as oportunidades dadas à sua população com liberdade de escolha, que ficaram especificadas no seu livro “Desenvolvimento como liberdade” (SEN, 2000).

Neste sentido, a busca de oportunidade deve ser gerada e a capacidade de decidir e entender o melhor caminho deve ser efetivada pelos atores locais, diante daquilo que evidenciam ser melhor para o seu território. O crescimento econômico não deve ser o fim, mas o meio de serem produzidas as condições ideais para o desenvolvimento social. Este sim, é o fim para o qual as questões da inovação devem se efetivar. O trabalho nas questões da inovação e na produção local é vertente de uma busca de oportunidades, onde os atores sociais do território periférico (por exemplo) poderão interagir e cooperar, efetivando escolhas e permitindo novos investimentos que sistematizarão um leque de setores e áreas, previamente estabelecidos, para se tirar proveito e auferir as melhores condições de uso dessas capacidades. A lógica social do território também prescinde de investimentos. Não há como descolar o investimento em inovação sem pesquisa, que necessariamente irá ser indispensável para as novas etapas no território periférico. Esse investimento, no entanto, se dará mediante a análise e a escolha dos atores sociais, no sentido de identificar o que de fato pode e deve ser realizado como processo de inovação. Não é apenas ter o recurso financeiro e lá se aplicar, como ocorre hoje com a maioria das empresas que buscam condições de renúncia fiscal e econômica para os seus anseios, como retorno aos investimentos realizados, na maioria das vezes, financiados pelo próprio governo. É preciso que essa organização/empresa participe com os demais atores sociais de uma discussão e se inteire dos reais problemas e oportunidades locais, visando à aprovação de todos em caso de êxito no seu intento inovativo.

Este é um percurso que permitirá às empresas, no âmbito do território periférico, auferirem a confiança, interação e cooperação dos atores locais, possibilitando uma nova forma de atender aos seus interesses, mas

principalmente aos anseios sociais da localidade. Atualmente novas formas de organização se apresentam na sociedade e trazem modelos de inovação consideravelmente inteligentes e participativos, o que permite um melhor desempenho na busca das soluções locais. Surge a visão da inovação social, num contexto de permitir que, por exemplo, as relações de trabalho se ampliem e se alarguem na perspectiva de criar novos e singulares meios de estímulo à economia local e, em particular, aos territórios periféricos. De acordo com a intensidade da interação e da cooperação estabelecida, podem existir processos de inovação gerando novos produtos, serviços, empregos e renda, dando-se uma singular importância aos atores locais. Essa nova “economia” colaborativa tem sido motivo de debates acadêmicos e empresariais, como forma de gerar um singular processo que talvez aponte para saídas mais específicas na realidade do território periférico. Então, à proporção que se avança com esses novos modelos de organização, especificados pelas cooperativas e associações, por exemplo, é possível flexionar questões de falta de emprego, baixa renda, a ideia de todo mundo ser dono de uma empresa e, principalmente, a liberdade de escolha do que se quer para a escala local. É preciso criar leis socialmente voltadas para permitir ao território periférico condições de aplicar e desenvolver um processo de inovação exitoso.

Daí a necessidade de analisar detidamente os pormenores de um processo de inovação num território periférico, onde deve ser considerado e respeitado todo o arcabouço das circunstâncias sociais efetivas. Ao entender e compreender este sentido, as empresas criarão as condições ideais e possíveis para que substancialmente os outros atores participem e colaborem na produção de processos de inovação, efetivando na realidade das exigências e dos critérios locais a possibilidade de mudança de rumo para um território periférico. Efetivamente ocorrerão dificuldades nas esferas sociais dos atores especificados no território periférico, oriundas das diferentes escalas de estágio pelo qual estes se encontrem em relação à sua capacidade de atuação num processo de inovação, todavia através de processos de colaboração e interação poderão surgir novas formas de permitir uma maior inserção e a possibilidade de suplantar essas dificuldades, caracterizadas a partir das deficiências de conhecimento e aprendizado, baixo nível de escolaridade, pouco ou nenhum acesso a novas tecnologias. Neste sentido, é preciso agir na escala do investimento contínuo e planejado, buscando no ensino e nas informações processadas para efetivar as devidas mudanças, o que fará com que o território periférico se estabeleça em outra condição, adequada ao uso de novas formas no processo de inovar. Daí ser necessário encontrar alternativas que permitam a interação e a cooperação, possibilitando entender e aplicar novas formas de compreender o cenário de um território periférico numa dimensão mais ampla e social.

Nesse sentido, a lógica desenvolvimentista do ponto de vista para se inovar num território periférico requer que a dimensão social seja analisada no aspecto de multicritérios, considerando não apenas um projeto (implantação de uma fábrica, por exemplo), mas critérios estruturais. A análise de várias vias de possibilidades torna o processo de inovar mais amplo e em maior sintonia com a realidade, possibilitando buscas e setores específicos que merecerão maior prioridade.

Assim, o investimento social possibilita encontrar, de maneira mais singular, as verdadeiras tendências e perspectivas, sendo atrelado à questão temporal de médio e de longo prazo, o que permite uma associação direta com os aspectos sociais caracterizados no território periférico. Quando um território periférico se condiciona apenas a ter soluções descoladas da sua realidade social, sem considerar a identidade, o conhecimento tácito, a falta de investimentos no conhecimento e no aprendizado, evidencia-se que o incremento de um processo de inovação apresentará diversas barreiras. O pensar em um planejamento estratégico que incorpore a lógica da inovação passa por uma construção, onde a sociedade civil organizada (associação, cooperativa etc) pode exercer um forte papel de interligação e aprofundamento na análise das linhas específicas de interesse de um território, proporcionando caminhos mais sustentáveis e seguros. Não se trata de pensar em

um projeto único, mas de ter uma visão alargada da representação estrutural do papel de todos os atores num processo de inovação que tem características de vertentes amplas na lógica do tempo e do espaço. Isto é, o pensar social da inovação no território periférico. Desta forma, a conotação de uma compreensão da escala do espaço e do tempo na questão da inovação para o território periférico deve ser condicionada à lógica de quantas e quais ações deliberadamente serão suportáveis na localidade. Geralmente o exercício de pensar socialmente o território é esquecido. Outro aspecto é entender a dinâmica de uma região na relação com o seu desenvolvimento local. A região apresenta e/ou desenvolve tendências de aspectos económicos, sociais e culturais, criando uma interação sócio produtiva em seus espaços, que definem o que se tem e se caracteriza com tendência local. A implantação de um modelo inovativo para uma região deve ocorrer a partir desses atores existentes e só posteriormente irão se inserir outros tipos de atividades pensadas para essa região.

CONTEXTO HISTÓRICO DO TEMA.

A Política Urbana e Ambiental e o Plano Diretor⁴ - Lei 2.360/2006 - do Município do Cabo de Santo Agostinho determina, dentre os objetivos, o uso socialmente justo e equilibrado do território (Art. 2º, inciso III), bem como o foco na valorização e na preservação do patrimônio natural e cultural como potencial de desenvolvimento económico-social e de fortalecimento da identidade urbanística ambiental (Art. 2º, inciso VI), norteiam o poder público e privado, a sociedade civil e as organizações sociais para a promoção de políticas públicas que favoreçam ao desenvolvimento sustentável local através do fomento à inovação com vistas aos desafios ambientais do território. O Programa LabITA visa contribuir com a plena execução desses objetivos. (3Ecologia, 2019)

O Plano Diretor promove o desenvolvimento urbano e ambiental sustentável e salienta o papel do Governo Municipal como articulador principal do processo de geração de benefícios sociais e ambientais (Art. 3º, inciso III). A Secretaria de Planejamento e Meio Ambiente do Município - no seu papel de frente ao Plano Diretor, e a Faculdade de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas do Cabo de Santo Agostinho - uma autarquia municipal com o foco em ampliar as pesquisas e desenvolvimentos no município - são colaboradores efetivos para alcançar as metas traçadas. Ao estabelecer Chamadas Públicas para promover pesquisa, desenvolvimento e inovação ambiental no município, o Programa LabITA garante a função social da cidade como provedora de arranjos produtivos locais que promovem o bem-estar coletivo para habitações, recreação, lazer, produção, comércio, prestação de serviços, e por fim, para transporte e mobilidade (Art. 5º, inciso V). (3Ecologia, 2019)

No mesmo caminho, a Agenda⁵ 2030 para o Desenvolvimento Sustentável também configura um instrumento importante para referendar os desafios estabelecidos pelo Programa LabITA. O plano de ação da Agenda conclama a colaboração global para atuar nos 17 objetivos e nas 169 metas para as pessoas, o planeta e a prosperidade. Trata-se de uma visão ambiciosa para garantir os direitos humanos e ambientais em busca de igualdade de gênero e o empoderamento de comunidades, juventudes e mulheres como fonte de equilíbrio para o desenvolvimento em sua esfera económica, social e ambiental. A Agenda está determinada a proteger o planeta da degradação, sobretudo por meio da gestão sustentável dos seus recursos naturais e da tomada de medidas urgentes sobre as mudanças climáticas. Esse conjunto de instrumentos normativos e estratégicos balizam as ações propostas para o Programa LabITA. (3Ecologia, 2019)

O foco na promoção da pesquisa, desenvolvimento e inovação integra transversalmente os tomadores de decisão, *stakeholders*, agentes públicos e privados e sociedade civil para a garantia do desenvolvimento

⁴ <http://www.cabo.pe.gov.br/index.php/plano-diretor/>

⁵ <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>

ambiental sustentável. Buscam-se ambientes mais saudáveis e justos, que favoreçam os moradores e visitantes, a fauna e a flora e os investimentos na cadeia produtiva local com respeito à diversidade cultural e espacial do Município. (3Ecologia, 2019)A gestão democrática dos processos territoriais e ambientais só será efetiva a partir da ativação da população na formulação de propostas integradas.⁶ Cabe às instituições municipais de ensino e pesquisa propiciarem os arranjos metodológicos para estas transformações. (3Ecologia, 2019)

Estratégias da Unidade para alcance dos objetivos institucionais.

Em 29 de novembro de 1978, a Lei Municipal nº 1214/1978 criou a Autarquia Municipal “Faculdade de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas do Cabo de Santo Agostinho”. A Lei Municipal nº 1.220/1979, de 20 de abril de 1979, cria a Autarquia Educacional para o Desenvolvimento do Cabo – AEDECCA, mantenedora da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas do Cabo de Santo Agostinho – FACHUCA. Os estatutos da AEDECCA foram aprovados pelo Decreto Municipal nº 578/1979, em 02 de maio de 1979, onde está prevista a composição de seus órgãos (3Ecologia, 2019):

- Diretoria; Colegiado de curso; Coordenação de graduação; Coordenação de educação; Coordenação de pós-graduação, pesquisa e extensão.

O conselho superior é consultivo e deliberativo. Os colegiados serão deliberativos em todas as instâncias, inclusive câmaras ou comissões. A representação docente é de 70%, escolhida por seus pares, sem prejuízo da participação dos cargos executivos, cumprindo, assim, a gestão democrática (LDBEN nº 9.394/1996 – Art. 56 – Parágrafo Único). O regimento da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas do Cabo de Santo Agostinho rege-se pela legislação de ensino superior, pelo estatuto da AEDECCA, pelas normas legais estabelecidas pelos órgãos competentes do sistema escolar e apresenta condições satisfatórias para seu funcionamento. (3Ecologia, 2019)

No âmbito do direito administrativo brasileiro, se constitui como entidade da administração pública indireta: personalidade jurídica de direito público interno, patrimônio próprio e atribuições específicas. Goza de autonomia administrativa e financeira, com suas contas auditadas pelo Tribunal de Contas. Além da autonomia administrativa, tem praticamente as mesmas prerrogativas e sujeições da administração pública direta. Como uma autarquia universitária, se compromete com (3Ecologia, 2019):

1. Autonomia didático-científica, administrativa e de gestão financeira e patrimonial, assegurada pela Constituição Federal (CF, art. 207)
2. Obedecer ao princípio da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão (CF, art. 207)

Além, a Faculdade de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas do Cabo de Santo Agostinho já possui uma estreita relação com diversas comunidades do município, trabalha na promoção do desenvolvimento local sustentável, com atuação na esfera social e educacional da população. Essas ações se fazem presente em todos os seus cursos de graduação, bem como de pós-graduação e na extensão. Tanto o curso de Bacharelado em Direito como o Núcleo de Práticas Jurídicas instituído têm como objetivo geral estabelecer padrões de aprendizagem que superem o modelo tradicional de ensino jurídico, harmonizando suas propostas com os desafios de violação das leis. A coordenação de extensão, por sua vez, desenvolve projetos na área de gênero, identidade, acessibilidade e educação. Com o Programa LabITA, a Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

⁶ O Banco Mundial mantém encontros regulares com atores da sociedade civil por considerarem peças-chave no processo de resiliência econômica, ambiental e social. <http://blogs.worldbank.org/climatechange/grassroots-leaders-empowering-communities-resilience-building>

Aplicadas do Cabo de Santo Agostinho visa ampliar a abrangência e a qualidade da sua pesquisa e extensão, em conexão com as comunidades do município. (3Ecologia, 2019)

A Faculdade de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas do Cabo de Santo Agostinho também conta com uma parceria estabelecida com pesquisadores do setor privado, já em conformidade com a PLC 77/2015 que dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação, nos termos da Emenda Constitucional nº 85, de 26 de fevereiro de 2015. A empresa parceira - 3Ecologias - estabelece assessoria a grupos de pesquisa e equipamentos culturais, e possui atuação em Universidades Federais nos estados de Pernambuco e Bahia, Universidades particulares no Rio de Janeiro e equipamentos culturais em toda a extensão do território nacional, com um comprovado *know-how* na aplicação de metodologias para a implementação e gestão de espaços criativos. (3Ecologia, 2019)

METODOLOGIA

Sobre a experiência acumulada em projetos pilotos de inovação entre Universidades, Governos e Sociedade⁷ se constitui a base metodológica desta proposta, que se pauta também em reflexões, métodos e políticas desenvolvidas no âmbito do meio ambiente, da economia da cultura e da cultura digital no país nesta última década. A proposta visa um processo amplo, aberto, transparente e colaborativo de fomento à pesquisa científica e cultural a partir da mobilização de redes e comunidades, organização de encontros, debates e seminários catalisadores e propostas de ações laboratoriais em espaços e territórios urbanos. Munidos de um planejamento estratégico da pesquisa e suas ações - onde gestão e comunicação desempenham papel fundamental na catalização, cartografia e documentação dos projetos e seus processos. O programa LabITA estabelece as seguintes etapas (3Ecologia, 2019).

Utilizar-se-á a pesquisa semiestruturada, através de ferramentas estatísticas de análise e usos de tecnologias e modelos de desenvolvimento ambiental sustentável, assim especificado:

1) Estruturação do Laboratório Multiusuário: a primeira etapa se dá com a organização do Laboratório Multiusuário na Faculdade de Ciências Humanas e Sociais do Cabo de Santo Agostinho, nos aspectos de estruturas pedagógicas, administrativas e financeiras. Contratação da equipe de trabalho, montagem de bancadas e compra e instalação de equipamentos.

2) Desenvolvimento de revista eletrônica web: nesta etapa será construída uma revista eletrônica LabITA em plataforma web promoção das pesquisas, bem como integração de dados, gestão, documentação e promoção do laboratório e suas pesquisas;, além de servir como base da chamada pública e do formulário de inscrição e avaliação dos projetos submetidos.

3) Pesquisa aplicada em Campo

Serão apoiadas pesquisas de ação em campo (escolas municipais, praças públicas, entidades culturais, bibliotecas públicas ou outros equipamentos sugeridos em propostas) que fomentem o diálogo entre a Faculdade de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas do Cabo de Santo Agostinho com os aglomerados urbanos e áreas de interesse especial do município do Cabo de Santo Agostinho, segundo os critérios definidos abaixo (3Ecologia, 2019):

⁷ LabCEUs (<http://culturadigital.br/labceus>), Cidades Sensitivas (<http://culturadigital.br/cidadesensitiva>) e Parque Capibaribe (<http://parquecapibaribe.org>)

Saneamento Ambiental: Apoiar práticas, pesquisas e experimentações que articulem a sociedade civil e acadêmica no uso de sistemas de indicadores para a construção e manutenção de planos de saneamento municipal participativo, monitoramento cidadão da qualidade da água através de tecnologias de baixo custo; iniciativas para monitoramento e controle de epidemias e pandemias (tuberculose, hanseníase e arboviroses DENG/CHIKV/ZIKAV); ferramentas para controle tecnologias para gestão e reaproveitamento de recursos hídricos e mananciais; saúde de comunidades tradicionais e periféricas; entre outras, visando a construção de ferramentas jurídicas para a gestão sanitária do município.

Seleção, Habilitação e Ativação: Após processo de seleção realizado pelo corpo de pesquisadores responsáveis pelo projeto e servidores da Secretaria de Planejamento e Meio Ambiente, os proponentes habilitados deverão enviar a documentação necessária para a contratação efetiva do projeto. Após processo de seleção, as pesquisas e desenvolvimentos serão ativadas e mediadas por meio de interações nos locais de investigação e no laboratório multiusuário entre pesquisadores da equipe, os proponentes aprovados e outros colaboradores com notório saber nos temas mobilizados, privilegiando a comunicação entre as partes envolvidas a fim de transformar e enriquecer as atividades do equipamento público através de atividades diversas junto à comunidade.

Acompanhamento: Para a gestão dos projetos, são adotadas metodologias de desenvolvimento ágil, de modo a integrar a equipe do programa e os pesquisadores proponentes. Serão utilizadas plataformas abertas de gestão e comunicação a fim de acelerar a curva de aprendizagem e aprimorar a eficiência e o valor do trabalho colaborativo em rede. Deste modo, a plataforma online de intermediação, bem como todas as plataformas de gestão de equipes e de comunicação são escaláveis e priorizam também o uso em dispositivos móveis. Também serão utilizadas plataformas para gestão integrada de informações ambientais colaborativas. Ao mesmo tempo, relatórios mensais publicados em plataforma online servem como ferramentas para o monitoramento das pesquisas.

4) Evento: Realização de Seminário sobre Laboratórios de Pesquisa e Inovação em Políticas Ambientais e Sustentabilidade no âmbito dos desafios para gestão de informações e indicadores. Este evento promove um espaço crítico e aberto para compartilhamento de soluções e propostas para o desenvolvimento ambiental sustentável. Serão convidados pesquisadores nacionais e internacionais, organizações sociais, gestores públicos, fundações e profissionais para contribuir com as agendas dos projetos de pesquisa e extensão através de debates, sessões constituintes, laboratórios e expressões artísticas. As pesquisas desenvolvidas também serão apresentadas neste congresso.

5) Publicação de Relatórios e Avaliações: Concepção, desenvolvimento e publicação de um livro com o resultado dos processos, artigos e reflexões referentes ao processo em formato digital disponível online, bem como por meio de 500 cópias impressas com compilação de indicadores ambientais, econômicos e sociais, métricas e dados referentes ao impacto do projeto, bem como reunião da documentação gerada em texto, vídeo, áudio ou outro formato multimídia, a fim de finalizar a prestação de contas oficial e fornecer subsídios para futuras políticas públicas e construção de programas de ordenamento jurídico - ambiental.

IMPACTO DA INICIATIVA.

Busca-se com o Programa LabITA reunir e sistematizar experiências locais e em rede sobre os desafios ambientais, a fim de propiciar um planejamento estratégico de curto, médio e longo prazo para políticas públicas sustentáveis de desenvolvimento econômico e ambiental no Município. (3Ecologia, 2019).

Pretende-se que essas políticas criem perspectivas para as relações humanas em diálogo com os recursos naturais a partir do desenvolvimento territorial das culturas tradicionais, dos saberes populares e da imaginação técnica das periferias, com a ação direta da juventude e suas criatividade para inovações em diálogo com iniciativas públicas e privadas de responsabilidade social e ambiental. (3Ecologia, 2019)

BENEFÍCIOS A ALCANÇAR.

Os principais benefícios a serem alcançados são (3Ecologia, 2019):

Ampliação das ações de desenvolvimento sustentável com foco no direito ambiental e contribuição com o desenvolvimento de agendas urbanas e ambientais através de ações no território. Transferência de tecnologia para gestão de laboratórios multiusuário de inovação e pesquisa para a Faculdade de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas do Cabo de Santo Agostinho. Estruturação um sistema de informação ambiental integrado com os cidadãos para acelerar a tomada de decisão sobre os desafios ambientais, como saneamento, doenças endêmicas e para a manutenção de Ordenamento Jurídico Ambiental.

Reestruturação da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas do Cabo de Santo Agostinho como entidade provedora de pesquisa e extensão para o desenvolvimento humano e científico local. Promoção de ações e reflexões de desenvolvimento sustentável associadas à cultura local sob uma perspectiva humano - tecnológica e socioespacial do futuro das cidades.

METAS A SEREM ATINGIDAS.

Especificamente as metas para o projeto se concentram (3Ecologia, 2019):

1. Promover 20 bolsas de pesquisa, desenvolvimento e inovação territorial e de direito ambiental para o Município do Cabo de Santo Agostinho.
2. Estruturar (01) uma Revista Eletrônica na Internet para a promoção e divulgação das pesquisas.
3. Realizar (1) um Seminário sobre Laboratórios de Inovação em Políticas Ambientais e Sustentabilidade.
4. Implantar (01) um modelo de Laboratório Multiusuário de Inovação Territorial e Direito Ambiental para o município do Cabo de Santo Agostinho.
5. Ampliar o número de bolsas para projetos Pesquisa e Extensão na instituição em até 40% do valor atual.
6. Ampliar o número de projetos de pesquisa para até 40% da produção atual.
7. Ampliar a participação da Faculdade em congressos e feiras nacionais e internacionais em até 40% da produção atual.
8. Elevar o conceito da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas do Cabo de Santo Agostinho junto ao MEC em até 3 pontos.

A etapa de execução especifica as diversas fases para a implantação com a execução do projeto, onde os gastos realizados terão uma natureza de aplicação, respeitando os critérios de necessidade apresentados para a continuidade do projeto. Da estruturação inicial do laboratório multiusuário, passando pela plataforma Web e Revista Eletrônica, ações de pesquisa em campo, seminários ligados a visão da sustentabilidade, até a publicação de um livro, o projeto, necessitará de investimentos e recursos, estabelecidos diante dos desafios e exigências de cunho organizacional.

FORMAÇÃO DA EQUIPE

Em relação à equipe responsável pela implementação deste programa, seu desenho administrativo pode ser compreendido a partir de dois grupos (3Ecologia, 2019):

1. Gestão do Programa - Compõem-se da equipe de bolsistas pesquisadores de Coordenação, Gestão, Comunicação, Programação e Ativação;
2. Grupo de proponentes das pesquisas e desenvolvimentos. Compõem-se dos proponentes selecionados na Chamada Pública que são responsáveis pelas ações de extensão do programa *in loco*. Trabalha-se em prol do empoderamento do público nas atividades, tornando-o elemento central na condução das ações e, portanto, parte ativa da equipe do programa. (3Ecologia, 2019)

A equipe de bolsistas pesquisadores fica então assim compreendida (3Ecologia, 2019):

- **(A1) Bolsistas de Coordenação:** Coordenam o programa, promovem interface com grupos de pesquisa e extensão universitária e articulação de parcerias entre governos e sociedade civil, nacional e internacionalmente;
- **(A2) Bolsistas de Gestão e Integração:** Responsáveis pelas diretrizes pedagógicas das ações; administração fiscal, gestão de informação, comunicação interna e externa, mobilização de atividades,
- **(A3) Bolsistas de Comunicação:** Responsável pelas peças de comunicação externa e interna; assessoria de imprensa; produção de conteúdo para a plataforma online e para redes sociais;
- **(A4) Bolsistas de Ativação Laboratorial:** São responsáveis pela interface entre os proponentes de projetos e as ações do laboratório multiusuário. Os bolsistas deverão acompanhar e orientar as ações para potencializar os projetos e promover sua conexão com arranjos produtivos, artistas, coletivos e cientistas locais, comunidades tradicionais da região e outras experiências. Desenvolvem pesquisas acadêmicas, materiais pedagógicos e participam da documentação das atividades em registros audiovisuais e textuais.
- **(A5) Bolsista de P&D:** Selecionado através de chamada pública, serão os responsáveis pelas pesquisas e desenvolvimentos nos territórios. Devem desenvolver seus projetos em sintonia com as necessidades locais;

Por meio destas bolsas de pesquisa devem ser viabilizados todos os gastos necessários para a condução, bem como traslado e outros gastos envolvidos com a produção de documentação condizente com as funções estabelecidas no projeto. (3Ecologia, 2019)

CONCLUSÃO

A identificação da necessidade em se estabelecer uma visão local das questões empíricas no Cabo de Santo Agostinho, vem em parte a ser contemplada com o projeto LabITA. Essa representa uma conquista local e reflete a singular importância da localidade nas soluções de seus problemas e seu desenvolvimento.

A esfera do desenvolvimento local, requer a ação dos atores locais e busca da cooperação e interação nos problemas específicos existentes. Neste sentido, desenvolver um projeto que façam o papel dessas interfaces, irá possibilitar a análise, visão e interação de todos os participantes, permitindo a consecução de objetivos comuns ao que se busca. Notadamente, este é sentido do desenvolvimento local sustentável. A participação de todos, tendo em suas potencialidades e especificidades, os critérios para um bom desempenho.

Por outro lado, irá requerer uma adequação das demandas e dos usos necessários a estes processos e sem dúvida, fará brotar iniciativas empreendedoras e inovadoras, na busca do conhecimento e no desafio de superar os obstáculos existentes. Entender e implantar esses processos.....eis o desafio!

BIBLIOGRAFIA

- ALBUQUERQUE, E. (1996). Sistema Nacional de Inovação no Brasil: uma análise introdutória a partir de dados disponíveis sobre a ciência e a tecnologia. *Revista de Economia Política*, v. 16, nº3 (63), julho-setembro.
- BACELAR, Tânia. (2004). Programa Nacional de Desenvolvimento Regional. Brasília.
- BECCATINNI, G. (1992). Le district marshallien: une notion sócio-économique. In: G.BENKO; A Lipietz (eds) *Les regions qui gagnent: districts et réseaux. Les nouveaux paradigmes de la géographie économique*. Paris: PUF.
- BECKER, Bertha K. (S.A.). O uso político do território: questões a partir do Terceiro.
- BOISIER, S. (S.A.). Política econômica, organização social e desenvolvimento regional. In: Haddad,
- CARLSSON, B. (1995). *Technological Systems and Economic Performance - The Case of Factory Automation'*, Kluwer Academic Publishers, Boston, Dordrecht and London.
- CORREIA, Ericê Bezerra. (2017). *Inovação Social e Periferia*. Recife, EDUFPE.
- COURLET, C. (2001). Les systèmes localizes: un bilan de la literature. *Cahiers d'Économies et Sociologie Rurales*. 58-59: 81-103.
- DRUCKER. Peter. (1997). *Fator Humano e Desempenho*. São Paulo. Editora Pioneira.
- ECOLOGIA. (2019). LabITA, Programa Laboratórios de Inovação Territorial e Direito Ambiental, Faculdade de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas do Cabo de Santo Agostinho – FACHUCA.
- HARVEY, D. (2000). *Space of Hope*. Edinburgh University Press, Edinburgh.
- LAVE, J. e WENGER, E. (S.A.). *Situated learning: legitimate peripheral participation*. New York: Cambridge
- S.A (2006). *Revista de Geografia da UFPE. Inovação tecnológica com a relação espaço/tempo na cidade de Campina Grande-PB. v.3, nº 3.*,
- S.A (2012). *Livro de Geografia Econômica: inovação e periferia. Qual a relação no desenvolvimento local*. Editora Universidade Federal de Pernambuco - UFPE,.
- S.A. (2004). *Política Nacional de Desenvolvimento Regional: uma proposta de discussão*,
- SANTOS, Milton. (1982). *Pensando o Espaço do Homem*. Ed. Terra Livre.
- SEN, Amartya. (2000). *Desenvolvimento como Liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras.
- TOFLER, Alvin. (1977). *Aprendendo com o Futuro*. São Paulo. Editora Arte Nova.



DESARROLLO SUSTENTABLE, NEGOCIOS, EMPRENDIMIENTO Y EDUCACIÓN

latindex  Dialnet  IDEAS

LIMITACIONES LOCALES EN LOS AGRONEGOCIOS DE LA ECONOMÍA SOCIAL EN LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL BOLIVIA Y MÉXICO

Elizabeth Adriana Santamaria Mendoza¹

Paola A. Velázquez Gainsborg²

Carol Canelas Villa³

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Elizabeth Adriana Santamaria Mendoza, Paola A. Velázquez Gainsborg, Carol Canelas Villa (2022): "Limitaciones locales en los agronegocios de la economía social en la competitividad internacional Bolivia y México". Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS, n. 29 (p.p. 41-59, marzo 2022). En línea:
<https://www.eumed.net/es/revistas/rilcoDS/29-marzo22/agronegocios>

RESUMEN

Las dificultades de la apertura en el sector agropecuario han denotado la ineficiencia de las políticas públicas orientadas a canalizar la inversión y ampliar las capacidades productivas de los agentes económicos involucrados; para generar competitividad, para asimilar las nuevas condiciones del comercio internacional y de los crecientes procesos de integración económica. El objetivo es conocer las limitaciones locales en los agronegocios de la economía social en la competitividad internacional Bolivia y México. Se aplicó una metodología cualitativa con un enfoque teórico. Se visualizó que existen elementos que están presentes en las pequeñas industrias alimentarias de las economías de América Latina y el Caribe están generando dificultad para mejorar su competitividad y que están limitando su desarrollo, se centran en cuatro problemas importantes: Institucionales, sociales, económicos y tecnológicos. La economía social tiene como fundamento es el trabajo, el conocimiento del recurso humano y su sistema de organización, sin embargo, se requiere la base material de la economía como medios de producción, crédito, tener sus propios mercados. Las limitaciones de competitividad en los agronegocios de Bolivia y México son similares a las de muchos países de América Latina, destacando los problemas referidos a la falta de capacitación y asistencia técnica, dificultad de acceso a financiamiento y apoyo gubernamental, el desconocimiento de las exigencias internacionales para acceder a nuevos mercados y la inadecuada organización con un enfoque empresarial formal.

¹ Doctorado. Universidad Politécnica del Valle de Toluca. adrianasantamaria@upvt.edu.mx

² Maestría. Universidad del Valle de Toluca. pvelazquezg@univalle.edu

³ Licenciatura. Universidad del Valle de Toluca. ccanalesv@univalle.edu

PALABRAS CLAVE: Agronegocios, economía social, competitividad internacional, Bolivia, México.

LOCAL LIMITATIONS IN AGRIBUSINESS OF THE SOCIAL ECONOMY IN INTERNATIONAL COMPETITIVENESS BOLIVIA AND MEXICO

ABSTRACT

The difficulties of opening up the agricultural sector have denoted the inefficiency of public policies aimed at channeling investment and expanding the productive capacities of the economic agents involved; to generate competitiveness, to assimilate the new conditions of international trade and the growing processes of economic integration. The general objective to know the local limitations in the agribusiness of the social economy in the international competitiveness Bolivia and Mexico. A qualitative methodology was applied with a theoretical approach. It was visualized that there are elements that are present in the small food industries of the economies of Latin America and the Caribbean that are generating difficulties to improve their competitiveness and that they are limiting their development, they focus on four important problems: Institutional, social, economic and technological. The social economy is based on work, knowledge of human resources and its organizational system, however, the material base of the economy is required as means of production, credit, having their own markets. The limitations of competitiveness in agribusiness in Bolivia and Mexico are similar to those of many Latin American countries, highlighting the problems related to the lack of training and technical assistance, difficulty in accessing financing and government support, and ignorance of international requirements. to access new markets and inadequate organization with a formal business focus.

KEYWORDS: Agrobusiness, social economy, international competitiveness, Bolivia, México.

INTRODUCCIÓN

La economía social se conforma por personas que realizan actividades económicas de acuerdo con sus áreas de especialización por su experiencia laboral o familiar que les genere ingresos para un nivel de vida acorde a sus necesidades. Los agronegocios son una serie de actividades económicas para comercializar los productos derivados del sector agropecuario. La competitividad representa las capacidades que tiene un individuo o una empresa para mantenerse en el mercado. Este trabajo destaca que las personas de la economía social que se dedican a los agronegocios tienen problemas para la comercialización de los productos agropecuarios, es decir, tienen desconocimiento en los trámites y certificaciones y si los conocen, no tienen los recursos financieros para su aplicación. Los sujetos de estudio son Bolivia y México, naciones latinoamericanas que enfrentan problemáticas y limitaciones similares en los temas abordados.

El objetivo es conocer las limitaciones locales en los agronegocios de la economía social en la competitividad internacional Bolivia y México. Se aplicó una metodología exploratoria, cualitativa con un enfoque teórico, con información de fuente secundaria de instituciones gubernamentales de los países mencionados. La estructura del presente trabajo se presenta de la siguiente manera, en la primera parte se proporciona el contexto de competitividad, economía social y agronegocios, en la

segunda parte se describe la metodología empleada, posteriormente se dan los resultados obtenidos y la discusión, finalmente las conclusiones.

Competitividad

Para European Management Forum (2011) "La competitividad de las empresas es una medida de la capacidad inmediata y futura de los industriales de diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos en términos de precios se combinan para ser ofrecidos en el mercado". Otra definición, orientada a un sector productivo de un país, indica que es "La capacidad de una industria de producir bienes con patrones de calidad específicos, requeridos por mercados determinados, utilizando recursos en niveles iguales o inferiores a los que prevalecen en industrias semejantes en el resto del mundo, durante un cierto período de tiempo" (R. Feenstra, 2017).

La competitividad es un fenómeno sistemático inherente a la interfuncionalidad de los distintos niveles económicos que abarca a las empresas, sectores privados, del gobierno y las instituciones. La nueva CEPAL postula que la expansión de las economías de América Latina depende de la competitividad auténtica, basada en la generación e incorporación continua de progreso técnico. La competitividad en el sector agrícola adquiere importancia porque no existe una definición estratégica que permita la convergencia entre los intereses y necesidades del sector privado con las políticas y estrategias públicas aplicadas en los países, lo que dificulta su apertura a procesos de integración de libre comercio en el contexto internacional.

Agronegocios

La agricultura es uno de los motores del comercio del hombre. La importancia de los alimentos y sus transacciones se refleja en las acciones que desarrollan los países y en los organismos supranacionales. La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) es un organismo en cuanto a la agricultura y alimentación; los precios de los alimentos y las medidas para asegurar la seguridad alimentaria (OIT, 2009).

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura muestra la heterogeneidad que existe en América Latina en la disposición de los países hacia los agronegocios o los productos que desarrollan zonas geográficas diversas por lo que operan en diferentes niveles de tecnología. Además, se aprecia en la diversidad de los sistemas de producción, la contribución en la economía con las variables de ingresos, empleo y comercio. Los sectores corporativos se caracterizan por el uso intensivo de capital y una cadena productiva integrada a los mercados de agroalimentos mundiales (OIT, 2009). En los países latinoamericanos se han destacado dentro de la actividad de los agronegocios, se han especializado sus territorios agrícolas, han aplicado medidas públicas y esfuerzos privados en el desarrollo de productos agroindustriales para la región.

Economía social

La economía social también se le conoce como economía solidaria, del tercer sector o economía del trabajo. Sus principios son: la primacía de la persona y del trabajo sobre el capital, la democracia en la toma de decisiones, interés general sobre el particular y la autonomía de gestión entre otros (INAES, 2015). La Organización Internacional del Trabajo (OIT) afirma que la economía social y solidaria designa a las empresas y organizaciones con característica específica producir bienes, servicios y conocimiento, con objetivos sociales y económicos, promoviendo la solidaridad. Los desafíos que enfrentan estas empresas son: el desempleo, la exclusión, la desigualdad, la pobreza y el calentamiento global. La economía social se estructura en: cooperativas, mutualidades y asociaciones (OIT, 2009).

METODOLOGÍA

Se aplicó una metodología exploratoria, de tipo cualitativa con un enfoque teórico tomando la información de fuente secundaria de las instituciones oficiales de este trabajo están los países de Bolivia y México. El trabajo se conforma por la parte contextual a partir de los conceptos de competitividad, agronegocios y economía social, posteriormente se realizó un análisis comparativo entre Bolivia y México a partir de la información de fuente secundaria, donde se detectaron las limitaciones en común que atraviesan estas naciones latinoamericanas, desde una perspectiva descriptiva conforme a la información oficial otorgada por instituciones bolivianas y mexicanas. El alcance que tuvo este trabajo fue conocer una perspectiva general y que representa una oportunidad de estudio en la temática planteada.

RESULTADOS

Las pequeñas empresas del sector primario de las economías de América Latina y el Caribe, tienen dificultades para mejorar su competitividad y que limitan su desarrollo, se centran en cuatro problemas importantes: Institucionales, sociales, económicos y tecnológicos, que se detallan en la figura 1.

Figura 1.

América Latina: Principales problemas de Competitividad del sector de los Agronegocios.



Fuente:Elaboración propia en base a estudios de la FAO.

Estas dificultades son evidentes en los países de Bolivia y México, particularmente en la economía boliviana. El sector agrícola de Bolivia se puede clasificar en cultivos de productos originarios como la quinua, la castaña, la papa; mientras que en los productos tradicionales agrícolas destaca la soya, el azúcar, la carne, entre otros. Los productos agrícolas tradicionales de Bolivia mejoran la superficie cultivada y el rendimiento de la producción en un 40.41% y 46.46% respectivamente. En México, el sector de los agronegocios requiere de mayor impulso por parte del gobierno y sociedad empresarial. La Encuesta Nacional Agropecuaria (ENA) realizada en 2019 es un trabajo conjunto entre el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER). La ENA contribuye con estadísticas básicas de producción de las especies agrícolas y pecuarias más importantes de México para la toma de decisiones y para las políticas del sector agropecuario.

En la Economía Social de Bolivia su pluralidad se refleja en dos extremos: las empresas capitalistas y el sector público. Las empresas capitalistas que trabajan con un capital propio y con sus actividades genera un mayor capital. El sector público en Bolivia cuenta con una participación importante en la economía, mediante empresas estatales y un sistema público intervencionista. Las comunidades campesinas e indígenas con base en producción familiar, asociaciones de productores y cooperativas se articularon y convivieron con emprendimientos capitalistas mediante un proceso de modernización con el predominio del trabajo auto-generado hasta la actualidad. (Wanderley, 2020).

La Economía Social en México está conformado por: Sociedades Cooperativas y Sociedades de Solidaridad Social, en general están 50 mil empresas constituidas, 12 millones de personas asociadas que representa el 28% de la población económicamente activa, que representan a los Organismos del Sector Social de la Economía - OSSE muestran diversidad en: madurez organizativa, composición social, giro, tamaño, resultados económicos y sociales e influencia en las comunidades donde se ubican (INAES, 2015). La economía social en México se ha destacado por la organización de las comunidades indígenas y de ejido, para regular y administrar sus actividades económicas (Monzon, 2012). Las personas que están en este sector social requieren de apoyo gubernamental, principalmente capacitación, ante esto la economía social pone a discusión las dificultades de los programas de autonomía a través de los emprendimientos sociales, así como su intento por promover, a partir de instituciones de economía social (Sánchez, M. 2013).

Los participantes de la Economía Social trabajan en conjunto con la supervisión de la Administración Pública en este caso de la Secretaría de Economía, para se cumpla la razón de ser de INAES. La Ley de Economía Social y Solidaria se encarga de definir las reglas para la promoción, fomento y fortalecimiento del Sector Social de la Economía, como un sistema eficaz que contribuya al desarrollo social y económico del país, además de la generación de fuentes de trabajo.

Para el desarrollo de los productos de los agronegocios se requieren de las instituciones públicas que avalen su producción y comercialización de acuerdo con las tendencias del mercado nacional e internacional. En Bolivia, las organizaciones sociales del sector de agronegocios tienen incidencia en el contexto político, económico y social del país. Destacando tres grupos de organizaciones sociales enfocadas hacia el sector:

- **De orden sindical**, se encuentran las asociaciones: Federación Sindical Única de Trabajadores Campesinos de Oruro - CSUTCB, la Federación Nacional de Mujeres Campesinas de Bolivia - FNMCB y la Confederación Sindical de Comunidades Interculturales de Bolivia - CSCTIB.
- **De base étnica**, como: El Consejo Nacional de Ayllus y Markas del Qullasuyu - CONAMAC, la Confederación de Pueblos Indígenas del Oriente Boliviano - CIDOB y la Asociación del Pueblo Guaraní - APG, entre muchas otras.
- **De base asociativa**, están enfocadas en lo comercial y de producción como: la Coordinadora de Integración de Organizaciones Económicas Campesinas - CIOEC y la Asociación de Organización de Productos Ecológicos de Bolivia - AOPEB.

El empresariado que está relacionado con la práctica agroindustrial se encuentra representado por la Cámara Agropecuaria del Oriente (CAO), institución que consolida a Asociaciones y grandes empresas agroindustriales. En los aspectos técnicos de la CAO se encuentra el Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE).

En México, la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER) es la Dependencia del Poder Ejecutivo Federal, que propicia una política de apoyo que permita producir y aprovechar las ventajas comparativas del sector agropecuario de acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo. Los Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA) es una Institución dedicada a apoyar el desarrollo de los sectores rural, agropecuario, forestal y pesquero del país a través de intermediarios financieros y empresas especializadas, que otorga crédito, garantías, capacitación, asistencia técnica y transferencia de tecnología para que productores y empresas rurales puedan iniciar o hacer crecer sus proyectos productivos.

Para la óptima comercialización de los productos derivados de los agronegocios se deben cumplir con las exigencias y las normas nacionales e internacionales a partir de las especificaciones de los países destino, del tipo de producto que se pretende vender, de las características de la demanda y sus preferencias de consumo. Los productos orgánicos presentan una demanda mayor en los mercados internacionales como se puede apreciar en la tabla 2.

Tabla 2.
Certificadoras de Productos Agrícolas Orgánicos

Nro	Modelo de certificación orgánica internacional	País de Origen	Costo en dólares	Característica principal del modelo	Mercado
1	USDA Orgánica	Estados Unidos	750	La certificación se basa en todo el proceso productivo Facilidad en el Proceso de certificación	A todo el mundo
2	Ecocert	Europa	1.500	La certificación se basa más en el cuidado del suelo para que la planta tenga mejor contextura y sea orgánica en su totalidad	Europa
3	JAS	Japón	800	Régimen en el que se basa es europeo Si o si asiste a algún seminario de JAS	Asia y Europa
4	Naturland	Estados Unidos	1.100	Trabajo de mujeres y niños en el proceso de Producción Producto directo del productor al consumidor sin intermediarios	América del norte

5	Biosuisse	Suiza	1.800	Solo si tiene un acuerdo comercial con empresas que importan productos orgánicos en suiza	Suiza
---	-----------	-------	-------	---	-------

Fuente: Elaboración Propia en base a diversas instituciones.

A continuación, se exponen los requisitos técnicos exigidos para la comercialización de productos relacionados a los agronegocios que se presentan en Bolivia y en México. En la nación boliviana, el organismo encargado de la normalización y de la revisión de las normativas aplicables a los alimentos está a cargo del Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA) armoniza las leyes y normativas bolivianas con el CODEX Alimentarius, aplicado por la FAO, -lenguaje universal para el manejo de alimentos en sus etapas productivas-. En su aplicación y como mecanismo de control se encuentra el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG); se avala mediante un registro sanitario las actividades productivas y de comercialización de alimentos. El registro sanitario contiene además de la información general de la empresa, la información de los productos que en ésta se elaboran, fraccionan e importan (SENASAG, 2020). El registro sanitario se requiere para la venta libre en todo el territorio nacional y para la emisión del Certificado Sanitario para la exportación de productos bolivianos en otros países. Los requisitos que solicitan las instituciones bolivianas para productos agrícolas se visualizan en la tabla 3:

Tabla 3.

Bolivia: Principales requisitos para productos agrícolas

Entidad	Requisitos
Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria - SENASAG	<ul style="list-style-type: none"> - Formulario de solicitud de certificado de exportación. - Factura Comercial. - Lista de Empaque. - Depósito Bancario más dos fotocopias - Certificado de Fumigación cuando corresponda - Fitosanitario y Zoosanitario - Requisitos específicos por país de destino Fitosanitario. - Análisis de Laboratorio según el riesgo del producto y el requerimiento del país de destino – Inocuidad Alimentaria. - Certificado de producción ecológica que requiera conformidad de producción ecológica) - Inocuidad Alimentaria. - Otros certificados Zoosanitario. - Coordinar con el Área de Registro y Certificación – Zoosanitario. - Zoosanitario para la inspección.

Entidad	Requisitos
Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones (SENAVEX)	<ul style="list-style-type: none"> - Registro ICO vigente - Declaración Única de Exportación - Factura Comercial - Carta de solicitud de emisión de certificado ICO.

Fuente: Elaboración Propia en Base a Guía de Exportación IBCE (2019)

El documento que determina la participación de los productos elegidos es el certificado de origen, que valida el origen del producto y a la “imagen país”; se tramita en el Servicio Nacional de Exportaciones (SENAVEX). La certificación orgánica en Bolivia es con la organización denominada Bolicert, asociación sin fines de lucro líder en calidad de certificación de productos agrícolas, de recolección silvestre, procesados y transformados; que permite el acceso de los productos a los más exigentes mercados. Sus políticas y objetivos de calidad cumplen con la norma ISO 17065 y los criterios de la IFOAM, acreditada por: IOAS. (BOLICERT, 2015).

En México, para identificar los requisitos y las exigencias técnicas se basan en certificaciones y de acuerdo con las reglas fitosanitarias que se deben cumplir para ingresar a un mercado extranjero. La certificación que deben cumplir las empresas del sector agrícola es México Calidad Suprema (MCS), trabajo conjunto del Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA); ambas han concretado estrategias de certificación y supervisión de las buenas prácticas de manejo, para asegurar que los productos estén libres de plagas y agroquímicos no permitidos (SADER, 2019). Las certificadoras que avalan los productos de agronegocios para exportación se aprecian en la tabla 4 mostrando a los más representativos a nivel general.

Tabla 4.

México: Exigencias para la Exportación de productos agrícolas

Organismos Certificadores	Características
México Calidad Suprema - MCS	Creado por el Gobierno Federal para garantizar la calidad e inocuidad de los productos agroalimentarios de origen mexicano. Organismo de certificación que da apoyo al desarrollo y fortalecimiento de la competitividad de los productos agroalimentarios, cuidando que desde su cultivo, hasta su empaquetado, cumplan con los más altos estándares de inocuidad, calidad y sanidad.
SGS	Cadena de certificaciones agrícolas mexicanas en el ámbito de la siembra ecológica. Otorga permisos anuales a cada uno de los productores cuya

Organismos Certificadores	Características
	materia prima este libre de productos pesticidas, químicos y fertilizantes, garantizando la calidad de vida a la población
Metrocert	Empresa certificadora de producción agrícola en México, orientadas al ámbito orgánico, se basa en la ley de producción de dicho estado y exige a sus pequeños empresarios asociados promover la biodiversidad en plantar, cosechar y recolectar cualquier tipo de alimentos.
Mayacert	Esta certificación es esencial para todos aquellos agricultores que desean exportar sus productos a territorio norteamericano y europeo, asegura al productor de que la mercancía será más que bien recibida. Regida por las normas ISO, y orientado en pro de la siembra orgánica y convencional.
Certimex	Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos posee un alto renombre en plazas de mercado al incentivar a sus respaldados no solo a labrar tierra con reciclados y cuidados ambientales, sino también a generar grandes frutos y rubros de la manera más pura y saludable posible.
OCIA	Certificadora mexicana con alcances internacionales, se puntea como el mejor ente con cual negociar para expandir los productos agrícolas a nivel nacional o global. Apoya con sus permisos en Normas y regulaciones de las leyes estatales, con el fin de que cada uno de los alimentos a proveer estén en excelentes condiciones.
Bioagricert	Se destaca por sus normativas en pro de la siembra orgánica. Estos otorgan certificados completamente sustentados en la ley y brindan el canal para exportar a los pequeños microempresarios
IMOCert	Empresa certificadora con alto dominio en el mercado internacional. La misma que aprueba constantemente permisos a los empresarios de tierras para distribuir y vender sus productos, se extiende por América Latina.
Naturland	Empresa para asegurar la marca de la producción agrícola, ofrece un servicio de calidad en inspección y control del cumplimiento de normas para siembra.

Fuente: Elaboración propia con datos de Sistema agrícola (2016).

En la tabla 5, se muestran los requisitos para la certificación de productos derivados de los agronegocios.

Tabla 5.

Requisitos para Certificaciones de productos agrícolas en México

Organismos Certificadores	Requisitos para cubrir a nivel nacional e internacional
México Calidad Suprema – MCS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Verificar que el producto este incluido en el listado de MCS 2. Cumplir con el Sistema de Reducción de Riesgos de Contaminación o el sello TIF para cárnicos. 3. Conocer los requisitos que debe cumplir el producto a certificar. 4. Realizar un autodiagnóstico con apoyo del encargado de inocuidad de su rancho y/o empaque. 5. Establecer contacto con un Organismo de Certificación acreditado 6. Solicitar al Organismo de Certificación seleccionado, una cotización del Servicio de Certificación e iniciar su registro 7. Iniciar el proceso de Formato de Solicitud de Auditoria que el Organismo de Certificación proveerá 8. El Organismo de Certificación efectuará una auditoria para la certificación a efecto de emitir una calificación 9. Ya cubierto todos los pasos se precede a la emisión de la certificación.
SGS	Los requisitos no son visibles se deben solicitar a la página web https://www.sgs.mx/es-es/certification
Metrocert	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contacto inicial con el prospecto, entrega de información. 2. Recepción de solicitud 3. Realización de cotización 4. Pagos de servicios 5. Revisión de la documentación 6. Planeación de inspección 7. Visita de inspección 8. Evaluación del expediente de un revisor 9. Decisión de la certificación 10. Inclusión en la lista de operadores con Certificado Orgánico.
Mayacert	<ol style="list-style-type: none"> 1. Solicitud 2. Revisar las Normas que se aplicarán para la obtención de la certificación. 3. Llenar los formatos requeridos

Organismos Certificadores	Requisitos para cubrir a nivel nacional e internacional
	Enviar la aplicación
Certimex	Los requisitos no son visibles se deben solicitar a la página web https://www.certimexsc.com/about.html
OCIA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Solicitud de la Certificación 2. Revisión de Pre-Inspección 3. Inspección In-Situ 4. Revisión de Cumplimiento <p>Decisión. Si se encuentra que su operación está en cumplimiento, OCIA le enviará un Certificado de Certificación Orgánica.</p>
Bioagricert	<ol style="list-style-type: none"> 1. Copia del pago a la cuenta de Agricert México, para realizar la revisión documental 2. Copia de identificación oficial, CURP y RFC 3. Copia de escritura, certificado ejidal, contrato de arrendamiento 4. Croquis de ubicación del predio 5. Mapas de cultivos 6. Análisis de fruto, follaje o suelo libre a pesticidas. 7. Carta de autoridad, señalando la última aplicación de productos químicos.
IMOcert	<ol style="list-style-type: none"> 1. Solicitud del operador 2. Oferta elaborada y enviada 3. Oferta firmada por el operador 4. Comprobante de pago 5. Sistema orgánico completo 6. Información recabada de la otra certificadora 7. Registros del proceso. 8. Encargo de inspección 9. Plan de inspección 10. Informes de inspección 11. Registros de evaluación 12. Acta de decisión de certificación 13. Comprobante de pago <p>Emisión de certificado</p>

Organismos Certificadores	Requisitos para cubrir a nivel nacional e internacional
Naturland	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intercambio de información 2. Visita de Pre-evaluación 3. Contrato 4. Inspección 5. Certificación conforme al reglamento de la Unión Europea 6. Certificado

Fuente: Elaboración propia con datos de MCS, SGS, Metrocert, Mayacert, Certimex, OCIA, Bioagricert, IMOCert y Naturland (2021).

Las certificaciones que requieren los productos de los agronegocios se fundamentan en los aspectos legales de los países en estudio, así como de la economía social y de la competitividad, a acuerdo con las instituciones que tienen injerencias en estos temas. En Bolivia está vigente la Constitución Política del Estado (CPE) de 2009, que indica en el artículo 33 que “las personas tienen derecho a un medio ambiente saludable, protegido y equilibrado”. La Ley 071 que establece los “Derechos de la Madre Tierra” y le otorga carácter jurídico y precisa obligaciones para su cuidado. La normativa enfocada hacia el sector económico de productos agrícolas se puede resumir en la tabla 6.

Tabla 6.

Bolivia: Leyes referidas al Sector de Agronegocios

Nro.	Normativa	Aplicación
1	Plan Nacional de Desarrollo “Para el Vivir Bien” (2006)	Conjunto de lineamientos estratégicos que debían ser ejecutados en un periodo de 5 años, entre 2006 y 2011. Tiene un alcance Nacional y su objetivo era el de direccionar las políticas, programas y proyectos que le permitirían a Bolivia lograr una transformación y ser un país digno, soberano, productivo y democrático para todos.
2	Plan Sectorial de Desarrollo Productivo con Empleo Digno (2009)	Se desprende del Plan Nacional de Desarrollo, esboza los lineamientos principales de tres importantes sectores generadores de ingresos y empleo como son: la transformación industrial, manufacturera, artesanal; el turismo; y la dignificación del empleo
3	Estrategia Plurinacional de Economía Solidaria y Comercio Justo (2010)	Reconoce las formas de intercambio basadas en prácticas de las economías sociales, que no sólo estén basadas en la compra y venta, sino también en relaciones comerciales comunitarias y reciprocidad.
4	Ley Marco de Autonomías y	Bases de la organización territorial del Estado, tipos de autonomía, procedimiento de acceso a la autonomía y

Nro.	Normativa	Aplicación
	Descentralización en 2010	procedimiento de elaboración de Estatutos y Cartas Orgánicas, regímenes competencial y económico financiero, coordinación entre el nivel central del Estado y las entidades territoriales autónomas.
5	Ley de la Revolución Productiva Comunitaria Agropecuaria en 2011	Base institucional, política con mecanismos técnicos públicos marco y mecanismos técnicos, tecnológicos y financieros de la producción, transformación y comercialización de productos agropecuarios y forestales, de las y los diferentes actores de la economía boliviana
6	Ley Marco de la Madre Tierra y Desarrollo Integral para Vivir Bien en 2012 (N° 300)	Precisa que “la Madre Tierra es considerada sagrada; alimenta y es el hogar que contiene, sostiene y reproduce a todos los seres vivos, los ecosistemas, la biodiversidad, las sociedades orgánicas y los individuos que la componen”. También fomenta la agricultura, pesca y ganadería para frenar el avance de la agroindustria y prohíbe los agrocombustibles
7	Ley de Promoción y Desarrollo Artesanal (2012)	El Objeto de esta Ley es facilitar el acceso del sector artesanal al financiamiento, asistencia técnica, capacitación, acceso a mercados, recuperación y difusión de sus saberes, técnicas, aptitudes y habilidades de las artesanas y los artesanos, en el marco del desarrollo integral del Estado.
8	Ley de OECAS y de OECOM para la integración de la agricultura familiar sustentable (2013)	Tiene por objeto reconocer, apoyar y normar las actividades agro productivas de las Economías Sociales familiares provenientes de una esfera originaria campesina. *Organizaciones Económicas Campesinas, Indígenas Originarias (OECAS) Organizaciones Económicas Comunitarias (OECOM)
9	Ley General de Cooperativas (2013)	Se organizan en el rubro, sin fines de lucro, voluntariamente, que se ayudan en el trabajo solidario y de cooperación, para satisfacer sus necesidades productivas y de servicios.

Fuente: Elaboración Propia en Base a información a Gaceta Oficial de Bolivia (2021)

Las Leyes para fomentar las actividades de los agronegocios mediante su nivel de competitividad enfocado a la economía social que requiere de apoyos y capacitaciones para hacer frente al mercado global de los productos agronegocios se aprecian en la tabla 7.

Tabla 7.

Resumen de las Leyes de México relacionadas con competitividad, economía social y agronegocios.

Año	Objetivo central	Se aplica
-----	------------------	-----------

Año	Objetivo central	Se aplica
1981	Para la Ley de Fomento Agropecuario es organizar, fomentar y promover la producción agropecuaria y forestal.	Si
2002	Para la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa es promover el desarrollo económico nacional a través del fomento a la creación de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) y el apoyo para su viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad. Incrementar su participación en los mercados, en un marco de crecientes encadenamientos productivos que generen mayor valor agregado nacional.	Si
2012	Para la Ley de Economía Social y Solidaria es la promoción, fomento y fortalecimiento del Sector Social de la Economía, generación de fuentes de trabajo.	Si

Fuente: Elaboración propia en base varias fuentes.

Resumiendo, se observa la necesidad de impulsar los agronegocios de Bolivia y México en el cumplimiento a las exigencias técnicas requeridas, de tal forma que las personas involucradas en esta actividad económica puedan legalmente comercializar sus productos en el mercado local e internacional.

DISCUSIÓN

Los factores que limitan la competitividad de los agronegocios de ambos países identifica que existen dificultades comunes del sector agrícola: a nivel institucional, no se le otorga importancia al sector debido a que las políticas públicas e incentivos privados se centran en industrias ya consolidadas y competitivas tradicionales; a nivel social, los productores dedicados a esta actividad son pequeños, con poca formación para mejorar la competitividad y presentan debilidades en las administraciones no gremiales; a nivel económico, los agronegocios presentan dificultades por desconocimiento de los mercados internacionales y sus características, falta de diversificación de su producción, además de los presentan costos muy elevados por el inadecuado manejo de sus procesos productivos y la falta de inversión y de acceso a financiamientos, y finalmente a nivel tecnológico, el manejo de las tecnologías es obsoleta, que desaprovecha las condiciones de acceder con una mejor posición a los mercados ampliados, por la falta de adecuación y adaptación de sus productos a la demanda internacional.

Latinoamérica en general es una región donde la producción de alimentos muestra inequidades. Los sectores de productos que tienen alta tecnificación, producciones en masa y desarrollan a la agroindustria mediana promueven a la especialización a nivel país, sus efectos se perciben a nivel macro en las exportaciones. Sin embargo, las exportaciones realizadas no son de productos altamente especializados. Existen productos agropecuarios con cadenas de agroindustria de menor

tamaño pero que están conectadas a economías sociales o familiares, que sus efectos no necesariamente se miden a nivel macroeconómico, aunque sí a nivel micro, porque significan el medio de subsistencia y desarrollo de regiones con problemáticas sociales, con lo que se percibe que tienen la competitividad requerida, sin embargo no se impulsa ante las limitaciones que generan las políticas o los requerimientos para el posicionamiento nacional e internacional de los productos de los agronegocios.

En lo que respecta a los requisitos y exigencias técnicas de cada país, se evidencia la similitud entre sí, aunque se tuvo la limitante del acceso a la información para conocer a detalle su descripción. La coincidencia es la solicitud de la certificación, el pago por el servicio, así como las verificaciones de los documentos y de los campos o zonas de producción, así como el destino de los productos agrícolas, se van agregando más formatos, al cumplimiento de ellos, se obtiene la certificación para su comercialización. A pesar de existir las legislaciones, en ambos países falta un apoyo real a las economías sociales. Tanto en Bolivia como México, las instituciones privadas y de ayuda son las que llegan con apoyo técnico a los productores y son estas instancias las que promueven la aplicación de la legislación desarrollada, en los apoyos para la capacitación en las áreas de oportunidad de los productos de los agronegocios, en la economía social a partir de la competitividad que tienen, más aún que no se destaca. En México, la ejemplificación de la economía social se puede visualizar en las asociaciones y cooperativas que realizan los participantes para poder hacer frente al mercado competitivo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La economía social está conformada por individuos que se especializan en actividades económicas que sirven de sustento para la satisfacción de sus necesidades, impulsando el bien común del sector o región. Los agronegocios están conformados por productos derivados de la actividad agropecuario, mientras que la competitividad se conforma por las habilidades que poseen las personas y empresas para mantenerse en el mercado, de acuerdo con la actividad económica en que se desarrolle.

Se cumplió con el objetivo es conocer las limitaciones locales en los agronegocios de la economía social en la competitividad internacional Bolivia y México. Se aplicó una metodología exploratoria mediante información de fuente secundaria, donde se obtuvieron los resultados para su respectiva discusión.

Las limitaciones de competitividad en los agronegocios de Bolivia y México son similares a las de muchos países de América Latina, destacando los problemas referidos a la falta de capacitación y asistencia técnica, dificultad de acceso a financiamiento y apoyo gubernamental, el desconocimiento de las exigencias internacionales para acceder a nuevos mercados y la inadecuada organización con un enfoque empresarial formal.

Los agronegocios tanto en México como en Bolivia son un sector importante que fomentan las actividades de las personas de economía social, que por sus limitaciones no han podido incrementar la competitividad de ambos países. Existe una fuerte necesidad de incentivos políticos y programas privados que consideren los usos y costumbres productivas del sector relacionados con las exigencias de los negocios en el contexto internacional.

Si bien existen diversas instituciones tanto públicas como privadas en ambos países orientadas a la actividad agrícola, las mismas presentan serias deficiencias para representar los intereses de los pequeños productores de los agronegocios de cada país, debido a una falta de adecuación de los objetivos institucionales con la realidad de un sector poco organizado e informal. Las certificaciones internacionales son determinantes hoy en día para facilitar los agronegocios, sin embargo, se requiere de capacitación para el llenado correcto de formatos, además del costo que implica y los participantes de la economía social no pueden solventar.

También se recomienda en conjunto con instituciones gubernamentales hacer análisis de los productos agropecuarios con presencia internacional para impulsar sus cualidades y que permitan una mayor presencia en el mercado internacional. y de los productos menos conocidos, estudiar y destacar sus atributos que representen áreas de oportunidad y permita en un mediano plazo, darse a conocer en el mundo. Las certificaciones tienen elementos técnicos que complica su entendimiento principalmente para los participantes de la economía social, por lo que se sugiere que las instituciones de gobierno puedan facilitar el acceso a esta información para que tengan oportunidad de incorporarse al mercado de los agronegocios.

Se aprecia la necesidad de capacitar a los participantes de la economía social para que mejoren procesos técnicos y de gestión, para que disminuir las limitantes locales que enfrentan en la comercialización de sus productos, apoyándose en Universidades e Institutos enfocados a impulsar emprendedores, ha llevado a crear actividades que los integren con la comunidad para que cuenten con los conocimientos económicos básicos para emplearlos en este tipo de empresas, aún faltan muchos temas por coordinar y reforzar.

REFERENCIAS

Agricultura, F. i. (2020). <https://www.fira.gob.mx/Nd/index.jsp>.

Agropecuaria, E. N. (2020). <https://www.inegi.oeg.mx/programas/ena/2019>.

Alimentación, M. d. (2021). <https://www.fao.org/3/ca6030/ca6030es.pdf>.

Aranda, C. p. (2020). Atlas del Agronegocio Tránsgénico en el Cono Sur: Monocultivos, Resistencias y Propuestas de los Pueblos (1a Ed Ilustrada ed.). Acción por la Biodiversidad.

Banco Mundial. (2019). Líderes del Agro Imaginan el Futuro de lo Alimentos en América Latina y el Caribe. Versión Digital. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/press-releases/2019/02/21/thefutureoffoodinlac>

Boletín de Servicios Agrícolas de la FAO Nro. 153. (2004). Calidad y Competitividad de la Agroindustria Rural de América Latina y el Caribe: Uso Eficiente y Sostenible de la Energía.

Cadenas Agroproductivas: Marco Orientador para la Toma de Decisiones sobre su Financiamiento. (D2020). www.iica.int. Obtenido de <http://creativecommons.org>.

Cámara de Comercio Internacional - CCI. (2020). Trade Map. Obtenido de www.trademap.org.

Caraggio, J. (2002). La Economía Social como vía para otro Desarrollo Social. Argentina: Universidad Nacional de General Sarmiento.

CEPAL. (2020). www.cepal.org. Obtenido de <https://magic.cepal.org/magic/home/>

Chaves, R. e. (2001). Economía Social t Sector No Lucrativo: Actualidad Científica y Perspectivas. Obtenido de www.ciriec.es.

CIDES - UMSA. (2016). Visiones Sociales e Institucionales. Umbrales Nro. 30(Primera Edición).

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2010). Un Índice Regional de Compoetitividad para un País. Revista CEPAL Nro. 102.

Durán Olivares, T. (2019). www.scielo.org.bo. (T. Durán Olivares, Productor) Recuperado el 2021, de Quinoa Export: Producto Milenario, Mercado e Intituciones en el Altiplano Boliviano.

Empresas de Agronegocios más importantes de México. (2020). <https://mundoejecutivo.com.mx/rankings/2020/07/29/ranking-top.10-de-las-empresas-de-agronegocios-mas-importantes-de-mexico>.

Federal, G. (2015). Diario Oficial de la Federación del Gpbierno de México. México: Gobierno de México.

Fernández, D. (2013). La Economía Social: El Acento Latinoamericano, en Miradas sobre la Economía Social y Solidaria en México. Puebla, México: Universidad Iberoamericana.

Fundación Valles. (2016). Maní en Bolivia: Estudio de Mercado. Cochabamba, Bolivia: Virmegraf.

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). (2010). Desarrollo de los Agronegocios y la Agroindustria Rural en América Latina y el Caribe: Conceptos, Instrumentos y casos de Cooperación Técnica. San José, Costa Rica.

Organización Internacional de Trabajo. (2009). Conferencia Regional de la OIT sobre Economía Social. Nueva York, Estados Unidos.

Peralta, C. V. (2009). Potencial Social, Natural y Financiero en Hogares de Pequeños Productores de la Amazonía. Riberalta, Bolivia: Productos del Bosque.

Publiagro. (2020). Ambientalistas: El Agronegocios en un Sector Parásito de la Economía Boliviana. Bolivia: Versión Digital.

SAGARPA. (2020). Secretaría de Agricultura, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Obtenido de <https://www.gob.mx/>

- Sanchez, M. (2013). Economía Social. Conceptos y Prácticas como alternativa de Desarrollo Socioeconómico en México. P. México: Universidad Tecnológica de Tula Tepeji.
- Wanderley. (2018). Extractivismo y Traición a los Pueblos Indígenas del TIPNIS. (F. Tierra, Ed.) Revista Boliviana de Estudios Agrarios y Rurales, 4.



DESARROLLO SUSTENTABLE, NEGOCIOS, EMPRENDIMIENTO Y EDUCACIÓN

FACTORES RESILIENTES PARA LA REACTIVACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

Dra. en A. Guadalupe González-García.¹

Dra. en A. María Luisa Becerril Carbajal.²

Karine Rosália FELIX Proce³

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Guadalupe González-García, María Luisa Becerril Carbajal, Karine Rosália FELIX Proce (2022): "Factores resilientes para la reactivación de la micro y pequeña empresa". Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS, n. 29 (p.p. 60-67, marzo 2022). En línea:
<https://www.eumed.net/es/revistas/rilcoDS/29-marzo22/empresa>

RESUMEN

En esta investigación se exponen los factores resilientes en el contexto de la contingencia sanitaria derivada del virus SARS-CoV2 (COVID 19) que pueden ser decisivos para la reactivación de las actividades en la Micro y Pequeña empresa. El impacto que ha tenido el cese de actividades sociales a repercutido en todos los sectores, particularmente el sector empresarial, un número importante de las Micro y Pequeñas empresas han desaparecido y otras se han reinventado a través de diversos mecanismos. Este trabajo contribuye a identificar los factores resilientes, a partir de las medidas implementadas por las empresas a las situaciones críticas derivadas de la comprensión de los consumidores hacia nuevas formas de adquirir los productos básicos y de la cotidianidad. Se encontró que apenas un 30% están preparadas para atender a sus clientes a través del comercio electrónico y tienen presencia en internet y redes sociales y otro tanto carecen de conocimientos. Respecto al tema de logística más de la mitad encontraron formas para ampliar su cobertura geográfica, En el rubro de aspectos económicos y financieros básicos, el 69% tuvieron un gran impacto negativo. Menos de la mitad

¹ Correo: ggonzalezga@uaemex.mx Universidad Autónoma del Estado de México ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4119-1187>;

² Correo: malubcmx@yahoo.com.mx Universidad Autónoma del Estado de México ORCID <https://orcid.org/0000-0003-1301-835X>;

³ Correo karinerosalia@yahoo.com.br Universidade de Pernambuco, Brasil. ORCID <https://orcid.org/0000-0003-3491-1606>

respondió ya estar preparado para reanudar operaciones al final de la pandemia. El sector empresarial tiene opciones y la resiliencia en los negocios es el único camino seguro.

PALABRAS CLAVE: Micro y Pequeña empresa, COVID 19, resiliencia.

RESILIENT FACTORS FOR THE REACTIVATION OF MICRO AND SMALL BUSINESSES

ABSTRACT

In this research, the resilient factors are exposed in the context of the health contingency due to COVID 19 that may be decisive for the reactivation of Micro and small businesses. The impact that the cessation of social activities has had has affected all sectors, particularly the business sector, a large number of Micro and Small companies have disappeared, others have reinvented themselves through various mechanisms. This work contributes to identifying resilient factors, from the measures implemented by companies to critical situations derived from consumers' understanding of new ways of acquiring basic and everyday products. It was found that only 30% are prepared to serve their customers through electronic commerce and have a presence on the internet and social networks and the other lack knowledge. Regarding the logistics issue, more than half found ways to expand their geographic coverage. In the area of basic economic and financial aspects, 69% had a great negative impact. Less than half responded and were ready to resume operations at the end of the pandemic. The corporate sector has options and resilience in business is the only sure way.

KEYWORDS: Micro and small business, COVID 19, resilience.

INTRODUCCIÓN

El actual escenario global se desarrolla en una contingencia sanitaria ante el COVID-19, la cual ha obligado a toda la sociedad a un cambio de paradigma. En este sentido la economía ha visto una crisis sin precedentes de grandes magnitudes para lo cual se plantean diversas estrategias que permitan a las diferentes empresas ser resilientes en este contexto.

De acuerdo con los resultados de la Encuesta sobre el Impacto Generado por COVID-19 en las Empresas (ECOVID-IE segunda edición, 2020), en nuestro país se estima que 86.6% de 1'873, 564 empresas tuvieron alguna afectación a causa de la pandemia; casi 7% menos con respecto a la primera edición en la que 93.2% de las empresas reportó haber tenido alguna afectación. La disminución de los ingresos fue el principal tipo de afectación que reportaron 79.2% de las empresas. En la primera edición, 85.1% de las empresas reportaron este tipo de afectación. Las Microempresas en su gran mayoría representan una oportunidad para el autoempleo y emplean al 46% de todos los trabajadores, y son alrededor de 4.1 millones de unidades económicas distribuidas por todo el país, lo cual representa el último eslabón de la cadena empresarial y por ello las que pueden desaparecer más fácilmente.

Esta investigación tiene por objeto identificar los factores resilientes a partir de las medidas implementadas por las empresas (Micro y Pequeña) para hacer frente a los graves problemas económicos derivados por la pandemia del COVID-19, con el fin lograr su supervivencia. Para ello, se utilizó un cuestionario que permite identificar estos factores y que fueron respondidos por diversos Micro y pequeños empresarios: Para tal fin se exponen los conceptos, variables y datos así como los resultados, análisis e interpretación y presentan las conclusiones obtenidas de este estudio.

La Micro y Pequeña Empresa

No se puede entender el quehacer económico sin la unidad básica detonadora de actividad comercial: “la empresa”. Este concepto ha sido utilizado para definir a la fuente generadora de riqueza de un amplio sector de la población. A este respecto la Real Academia de la Lengua Española RAE la define como: “una unidad de organización, dedicada a realizar actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.” Si bien esta definición no hace referencia al número de integrantes, una empresa puede estar conformada por una sola persona que realice alguna de las actividades mencionadas. Para Chiavenato la empresa es “una organización social, por ser una asociación de personas, para la explotación de un negocio, que tiene un determinado objetivo como el lucro o la atención de una necesidad social.”

Desde el punto de vista legal una empresa es una actividad económica que consiste en la producción de bienes o servicios. Es este sentido una empresa puede tener carácter civil o mercantil y podrá consistir en una actividad tradicional, artesanal, agrícola o de carácter profesional independiente e incluso sin ánimo de lucro, pero siempre con carácter económico (Garrido, 2021).

En este contexto se puede considerar que la empresa es a la economía lo que la familia a la sociedad. Es la célula básica que forma el tejido de la actividad económica, teniendo también un impacto social al contribuir a la disminución de la pobreza a través de la creación de fuentes de trabajo y generación de la renta.

Ahora bien, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI, clasifica a las Micro y Pequeña empresas para los sectores manufactura y comercio; para la manufacturera: Micro hasta 10 trabajadores; Pequeña, hasta 50 trabajadores, Para los servicios: Micro hasta 10 trabajadores, Pequeña, hasta 50 trabajadores.

De acuerdo con la OCDE (2019), las MIPYMES ocupan más del 90% de la economía y generan más de la mitad del empleo que ofrece la actividad economía empresarial, siendo las Micro empresas el mayor rango con casi el 70% del total. En el caso de América Latina en general y en México en lo particular, una característica que predomina en la Microempresa es que surgen a partir de la necesidad de generar un autoempleo por un lado y por el otro como organización familiar aunado a que muchas transitan en un esquema de informalidad a lo largo de su existencia caracterizadas principalmente por una gestión orientada a la supervivencia sin un objetivo claro de crecimiento. Las Pequeñas empresas son

fundamentales para contribuir al crecimiento y la creación de empleo y capitalizar la transición digital, ya que dependen mucho más del ecosistema empresarial y del entorno político que las grandes empresas. De acuerdo al censo económico 2019 (INEGI, 2020a) se determinó que existen 4'800,157 unidades económicas (UE) y 27'132,927 trabajadores en el país. Las grandes empresas corresponden únicamente al 0.22% de las unidades económicas y concentraron al 32.12% del personal ocupado (PO), las medianas al 0.85% de las UE y 15.88% del PO y las Pequeñas empresas al 4.03% de las UE y al 14.83% del PO. En tanto que los Micronegocios, concentraron 94.9% de las UE y poco menos del 37.17% del PO. Por otro lado la Encuesta sobre el Impacto Económico Generado por COVID-19 en las Empresas (ECOVID-IE) 2020 reportó que de las 1'873,564 empresas encuestadas, el 93.2% fue afectada por una disminución de ingresos, baja de demanda o escasez de insumos, como consecuencia de la contingencia originada por el virus COVID-19 (INEGI, 2020e). Además, las empresas reportaron una disminución en los ingresos, el 85.1% (INEGI, 2020e).

Estos datos permiten tener una visión panorámica de la grave afectación sin precedente que ha representado esta crisis sanitaria para millones de personas que perderían su única fuente de ingresos y que tiene un fuerte impacto negativo para la economía del país.

La resiliencia empresarial

La resiliencia empresarial es vista como la capacidad de anticiparse y prepararse ante las amenazas, adaptarse al nuevos contextos y recuperarse (Sanchis y Poler, 2020). El término también se refiere a la capacidad de las personas, los grupos y las comunidades para enfrentarse, sobreponerse y salir transformados ante las adversidades, Forés (2008). La grave crisis sanitaria del COVID 19 cambió de forma radical la vida de las personas y los procesos de funcionamiento de las organizaciones. Teniendo un gran impacto a nivel global.

El mundo tuvo que hacer frente a este problema, los gobiernos, la sociedad y las organizaciones hicieron uso de todos sus recursos para enfrentarla, generar mecanismos de adaptación al nuevo contexto que llegó para quedarse se vuelve indispensable. Para lograr mantenerse en el mercado, las empresas deben ser resilientes, en tendiéndose como el requisito que permitirá a las organizaciones adaptarse a los constantes cambios y sobrevivir en una economía en crisis.

La supervivencia de las Micro y Pequeñas empresas está determinada por su capacidad de resiliencia, entendiéndose esta, como la habilidad que tiene una organización para recuperarse de las situaciones de crisis, que generan factores negativos de inestabilidad y que pueden destruirla. El objetivo de la resiliencia empresarial es crear las condiciones para transformar un escenario negativo en positivo y crear condiciones de oportunidad y adaptación en el transcurso del tiempo.

De acuerdo con Hamel y Välikangas (2003), "la resiliencia se refiere a la capacidad de reconstrucción continua", requiere de innovación frente a los valores, procesos y conductas de la organización que de forma sistemática favorecen la perpetuación por sobre la innovación. Como se sabe, el sector empresarial contribuye en gran medida al desarrollo económico de un país y la Micro y Pequeña empresa como ya se mencionó, son la principal fuente de empleo y factor detonante de la actividad económica.

En medio del crítico escenario de la contingencia sanitaria, y del cierre de gran cantidad de organizaciones, algunas empezaron a generar áreas de oportunidad a través de mecanismos de adaptación de negocios. Las empresas que sobreviven generarán negocios ampliando las cadenas de distribución, fortalecen nuevos medios de comunicación con los clientes y proveedores a través de comercio electrónico, hacen uso de mecanismos de financiamiento alternos a los tradicionales, las empresas se fortalecen evolucionan y consideran al cambio una constante.

METODOLOGÍA

Es una investigación de tipo descriptivo que busca conocer las perspectivas con que los Micro y pequeños empresarios tomarán decisiones para regresar o reingresar a sus actividades después de la contingencia sanitaria derivada del virus SARS-CoV2 (COVID 19). La investigación es de carácter no experimental al no haber manipulación de variables y sólo se observa el fenómeno como tal se da en el contexto natural para posteriormente analizarlo. Para la recolección de datos necesarios en esta investigación se aplicó un cuestionario con tres categorías analíticas, en función de los objetivos de la investigación, y la pregunta de investigación ¿Cuáles son los factores resilientes que permiten a la Micro y Pequeña empresa su reactivación económica?; presentados en la Tabla 1.

Tabla 1 –
Categorías analíticas y elementos de análisis.

CATEGORÍAS	ELEMENTOS DE ANÁLISIS
Transacciones en línea	Presencia en Internet y redes sociales. Preparación para el comercio electrónico
Cadenas de distribución	Documentación de procesos, sincronización venta-distribución, nivel de autonomía y cobertura geográfica.
Aspectos financieros básicos	Grado de afectación por la contingencia sanitaria, capacidad financiera.

Fuente: Elaboración propia (2021).

La muestra es por conveniencia, que para Mendoza (2015, p.34) “un muestreo no probabilístico, por conveniencia o selectivo es aquel que representa la muestra que está disponible en el tiempo o periodo de investigación”. Derivado de ello, los resultados que se muestran, provienen de 108 respuestas de empresarios Micro y pequeños que aceptaron participar en la investigación al contestar el cuestionario diseñado; sin que hubiera un número de cuestionarios predefinidos y el cierre de la recopilación de información se produjo en base al juicio de las investigadoras.

RESULTADOS

De las empresas muestra sujetas al estudio, en su mayoría respondieron aquellas de servicio y 61% dirigidas por mujeres. El rango de edad de sus dueños o directores destaca que el 77% tienen entre 26 y 35 años. En su mayoría, un 54% están constituidas como personas físicas con actividad empresarial, contando con menos de 10 personas. La antigüedad del 70% de las empresas fluctúa entre 3 y 10 años.



Las respuestas a los cuestionarios aplicados a la muestra, se analizaron en tres dimensiones.

- 1) E-commerce y presencia en la web
- 2) Cadenas de distribución y ciclo de ventas
- 3) Aspectos financieros básicos

Con respecto a la perspectiva del e-commerce, se encontró que un 30% de las empresas sujeto de estudio, ya están preparadas para atender a sus clientes a través del comercio electrónico y tienen presencia en internet y redes sociales. En el otro extremo, más del 30% carecen de conocimiento y presencia en la web. Este rango representa el nicho de oportunidad para desarrollo de competencias estratégicas.

Para la dimensión de cadenas de distribución y ciclo de ventas, las respuestas arrojaron que más del 50% de las empresas objeto de estudio han encontrado formas de ampliar su cobertura geográfica. Sería pertinente trabajar alianzas o respuestas para que la otra mitad pueda llegar más lejos.

Con respecto al manejo de las ventas se encontró que un 45% de empresas no tienen documentados sus procesos para vender, ni cuentan con políticas de venta. Más del 30% carecen de procedimientos logísticos que impiden incluso una buena selección de alianza estratégicas en este sentido y aunque

cerca del 50% se aliaron con alguna empresa de distribución, tuvieron problemas derivados del desconocimiento de las cadenas logística,

Finalmente en cuanto aspectos económicos y de las finanzas, el 69% de las empresas objeto de estudio manifestaron que desde el punto de vista financiero, tuvieron un gran impacto negativo derivado de la contingencia sanitaria. Y esto se comprobó al encontrar que su capacidad de tolerancia al cierre temporal de operaciones de vio impactado de fuerte manera también a un 69% de las empresas.

Cabe resaltar que al momento de la realización del estudio, se hizo la pregunta: ¿Está preparado para reanudar operaciones al término de la pandemia? Y el 46% respondió totalmente, un 30% requeriría de algunos días para prepararse y el resto manifestó necesitar ajustes mayores. Aquí el nicho de oportunidad para atender las necesidades de las empresas, también parece bastante interesante.

Por último, destaca que menos del 40% de las empresas objeto de estudio mantiene buenas relaciones con sus empleados y que más del 15% están en problemas legales porque no lograron acordar medidas de emergencia para mantener su planta de trabajo y en casos extremos dejaron de pagar. Así que, el reto es trabajar para mejorar las relaciones laborales ante situaciones de emergencia. Otro interesante nicho de oportunidad.

CONCLUSIONES

En esta investigación se identificaron los principales factores resilientes que permiten a la Micro y Pequeña empresa su reactivación económica ante la contingencia sanitaria derivada del virus SARS-CoV2 (COVID 19). Los micro y pequeños empresarios que han logrado la reactivación de su negocio, entraron en un proceso de adaptación ante situaciones complicadas y han conseguido que su empresa sea resiliente, sin embargo esto no siempre se consigue y, por ende, gran cantidad de empresas no continúan en operación.

Los factores resilientes son elementos de importancia a considerar por el sector empresarial que atraviesa por una grave crisis. El e-commerce y presencia en la web y redes, han sido clave para pequeños negocios que no tenían contemplado el mercado virtual, por otro lado, las cadenas de distribución y ciclo de ventas amplían o generan nuevas oportunidades de negocios; sin embargo la curva de aprendizaje, pasa la factura a un sector empresarial carente de aliados estratégicos en la logística y distribución.

Los aspectos económicos repercutieron en aquellos que requerían mantener sus costos fijos pese al cierre de actividades, fue aquí donde buscar alternativas de financiamiento o de inyección de recursos para mantener a flote su negocio fue indispensable, la mayoría de la Micro y Pequeña empresas que se mantuvo a flote, lo hizo con recursos propios ya que las medidas y programas implementados por el gobierno son insuficientes para las necesidades de las empresas.

La resiliencia empresarial de las organizaciones estudiadas resulta entre otros, de la interacción de los elementos mencionados y de su capacidad para la toma de decisiones con un enfoque de supervivencia comercial. Cabe mencionar que en la Micro y Pequeña empresas enfrentó su mayor problema al hacer frente a los aspectos económicos, tales como: falta de liquidez, nula reinversión y limitaciones para acceder al crédito. Aunque muchas empresas cerraron para siempre, otras vuelven a reactivar sus actividades después de un cierre temporal y son más resilientes y dinámicas; otras inesperadamente, surgieron en medio del confinamiento derivado de la pandemia, como una oportunidad para emprender y aprender de una de las crisis económicas más graves.

Lo cierto es que hoy en día el sector empresarial tiene opciones y la resiliencia en los negocios es el único camino seguro.

REFERENCIAS

- Chiavenato, I. (1993). *Iniciación a la Organización y técnica comercial*. México: Editorial Mc Graw Hill
- Forés, A. (2008). *La Resiliencia: Crecer desde la Adversidad*. España: Editorial Plataforma Actual
- Garrido, S. (2021). *Fundamentos de Gestión de Empresas*. España: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Hamel, G y Välikangas, L (2003). En busca de la resiliencia. *Harvard Business Review*, América Latina, Oxford: Harvard University.
- INEGI (2019). Censo económico 2019. Resultados oportunos de los censos económicos 2019. Comunicado de prensa núm. 654/19, Recuperado de: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/OtrTemEcon/CensosEconomicosResult2019_Nal.pdf
- Mendoza, P. (2015). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial Mc Graw Hill
- OECD (2019), *OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2019*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/34907e9c-en>.
- Sanchis, R., y Poler, R. (2020). Resiliencia empresarial en época de pandemia. *Boletín de Estudios Económicos*, 75(231), 501-520.



CONSERVAS TURQUINO DESDE UNA PERSPECTIVA JURIDICA EN MEDIO DEL PROCESO DE ORDENAMIENTO EMPRESARIAL

Lic. Nirian Ricardo Torres¹Lic. Yailén Vidal Torres²Lic. Emilio Góngora Báez³

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Nirian Ricardo Torres, Yailén Vidal Torres, Emilio Góngora Báez (2022): "Conservas Turquino desde una perspectiva jurídica en medio del proceso de ordenamiento empresarial". Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS, n. 29 (p.p. 68-76, marzo 2022). En línea: <https://www.eumed.net/es/revistas/rilcoDS/29-marzo22/conservas>

RESUMEN

El proceso de actualización del modelo económico cubano ha exigido a la par, el desarrollo de la empresa estatal socialista, para lo cual se han adoptado diversas medidas, teniendo en cuenta las dificultades que atraviesa el país. Desde los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución para el Período 2016-2021, así como en otros documentos rectores este proceso se plantea otorgar gradualmente a las direcciones de las entidades nuevas facultades, definir con precisión sus límites, con el fin de lograr empresas con mayor autonomía, efectividad y competitividad, elaborando de forma paulatina y adecuada el régimen jurídico que regule integralmente la actividad empresarial. El objetivo que se persigue en el trabajo es lograr mayor autonomía en la empresa estatal socialista Conservas y Vegetales Turquino Holguín y la necesidad de flexibilizar el objeto social de la misma para que pueda realizar actividades colaterales y a su vez crear condiciones para tener más poder de decisión, trabajar en el diseño y su relación con la bases productivas. Como establece la Constitución de la República, la empresa estatal socialista constituye el sujeto principal de la economía nacional y en el artículo 27 se le otorga la potestad para disponer

¹ Empresa de Conservas de Vegetales. UEB Turquino, Holguín, Cuba nirian78@nauta.cu

² Empresa de Conservas de Vegetales. UEB Turquino, Holguín, Cuba yailen@turquinoHlg.alinet.cu

³ Empresa de Conservas de Vegetales. UEB Turquino, Holguín, Cuba emilio@turquinoHlg.alinet.cu

de autonomía tanto en su administración como en su gestión, puesto que desempeña el papel principal en la producción de bienes y servicios, así como cumplir con sus responsabilidades sociales.

PALABRAS CLAVES: proceso de ordenamiento, perspectiva jurídica.

CONSERVAS TURQUINO FROM A LEGAL PERSPECTIVE IN THE MIDDLE OF THE BUSINESS ORDERING PROCESS

ABSTRACT

The process of updating the Cuban economic model has demanded, at the same time, the development of the socialist state enterprise, for which various measures have been adopted, considering the difficulties the country is going through. From the Guidelines of the Economic and Social Policy of the Party and the Revolution for the Period 2016-2021, as well as in other governing documents, this process proposes gradually granting the directorates of the entities new powers, but also precisely defining their limits, in order to achieve companies with greater autonomy, effectiveness and competitiveness, gradually and adequately developing the legal regime that fully regulates business activity. In order to achieve greater autonomy in socialist state companies, the need to make their corporate purpose more flexible so that they can carry out collateral activities and in turn create conditions to have more decision-making power, work on the design of the micro, small and medium enterprises, and transform the state enterprise of the agricultural sector and its relationship with the productive bases. As established in the Constitution of the Republic, the socialist state enterprise constitutes the main subject of the national economy and in article 27 it is granted the power to have autonomy both in its administration and in its management, since it plays the main role in the production of goods and services, as well as fulfilling their social responsibilities.

KEYWORDS: ordering process, legal perspective.

INTRODUCCIÓN

En el año 1946 se crea la Fábrica de Conservas en el Reparto Silva en la ciudad de Banes Holguín iniciando la producción de puré de tomate, así como la exportación de tomates frescos, más tarde se adicionan las líneas de producción de pasta de guayaba, frijoles, fruta bomba, mango y tamarindo.

En 1953 esta Fábrica de Conservas se trasladó al municipio de Holguín instalándose en el área geográfica que aún se encuentra localizada comenzando a producir puré de tomate y luego pimientos, granos y frutas para almíbar en muy poca escala. En este año fue comprada por Gilberto Utria Sera con dinero proveniente del préstamo del banco por los terrenos en los que hoy está ubicada y que pertenecían a Rafael Cruz y la Asociación Martínez; en ese entonces estos terrenos no estaban habitados.

En 1961 el inmueble ingresó a patrimonio estatal mediante el proceso de nacionalización comenzándose a utilizar como medio básico ese propio año.

En 1963 todavía la fábrica todavía llevaba el nombre de Utria, pero en ese año ésta es absorbida por la Fábrica Turquino que se encontraba ubicada en Pueblo Nuevo pasando a denominarse con este nombre de Turquino.

En 1968 se construyó el tanque elevado de 30 mil galones para agua y en 1969 se instaló la línea de compota.

En 1985 se confeccionó el expediente número 2942/85-375 del inmueble sito en Ave. Los Libertadores, número 216 Entre: Mario Escalona y Río, Reparto: La Aduana municipio y provincia de Holguín, con el objetivo de que el mismo pasara a formar parte del fondo de medios básicos de la Empresa de Conservas de Vegetales Turquino emitiéndose por el Director Provincial de justicia la Resolución 2950 de fecha 12 de diciembre de 1985 que declara a todos los efectos legales la propiedad estatal de este inmueble a la Empresa de Conservas de Vegetales Turquino.

El año 2007 se promulga la Resolución 114 de fecha 29 de junio de ese propio año de la Ministra de Justicia que establece dentro de los documentos inscribibles en el Registro de la Propiedad las resoluciones administrativas que declaren los inmuebles como integrantes del patrimonio estatal asignados a una entidad para el cumplimiento de sus funciones, así como la recuperación del tracto registral de estos inmuebles y es entonces que en fecha 1^o de agosto de ese año se pone en vigor el Acuerdo del Grupo Nacional de Inmuebles que regula el procedimiento para la inscripción de los inmuebles estatales en el Registro de la Propiedad.

Siendo así en fecha 12 de noviembre de 2008 se presenta la Resolución 71 de fecha 11 de noviembre de 2008 emitida por la entonces Directora de la Empresa de Conservas de Vegetales Turquino declarando el inmueble como parte del patrimonio estatal asignado a la entidad para el ejercicio de sus funciones y dispone además la inscripción del mismo en el Registro de la Propiedad del municipio de Holguín; inscribiéndose al Folio 97 del Tomo 1 EFM del Registro de la Propiedad de Holguín, Sección Urbana, Finca 28033, Inscripción 1^{ra} a los 2 días del mes de diciembre de 2008.

El proceso de actualización del modelo económico cubano ha exigido a la par, el desarrollo de la empresa estatal socialista, para lo cual se han adoptado diversas medidas, teniendo en cuenta las dificultades que atraviesa el país.

De esta forma se ha concebido un cronograma legislativo que aprueba la Asamblea Nacional del Poder Popular con el objetivo de adecuar las regulaciones relativas a la dirección y gestión del sistema empresarial cubano y a las políticas aprobadas para la actualización del modelo económico de nuestro país.

Existiendo el precedente de haber actualizado el marco legal que ampara la contratación económica con la puesta en vigor del Decreto Ley 304, "De la Contratación Económica", del Consejo de Estado y el Decreto 310, "De los tipos de Contratos" del Consejo de Ministros ambos de fecha 17 diciembre de 2012 fue emitido el Decreto Ley 349 del Consejo de Estado de fecha 17 de octubre de 2017 "Del

Asesoramiento Jurídico” y la Resolución 41 “Reglamento para el Ejercicio de la Actividad de Asesoramiento Jurídico” del Ministro de Justicia de fecha 3 de marzo de 2018.

Asimismo, se promulgó el Decreto Ley número 334 del Consejo de Estado de fecha 20 de noviembre de 2017 y los Decretos 334, 335 y 336 del Consejo de Ministros los que establecen el “Reglamento para la Implantación y Consolidación del Sistema de Dirección y Gestión Empresarial Estatal”, “Del Sistema Empresarial Estatal Cubano Ámbito de Aplicación y Principios Generales” y “Del Sistema de Relaciones de las Organizaciones Superiores de Dirección Empresarial” respectivamente.

En el Decreto 335 se regulan específicamente las funciones de las empresas estatales y facultades de sus directores generales en los artículos del 28 al 31 y las funciones de las unidades empresariales de base y facultades de sus directores en los artículos del 32 al 34; en este último se faculta a los directores de las unidades empresariales de base a suscribir contratos económicos con proveedores y clientes a nombre y en representación de la empresa a la que se integran, de acuerdo con los requerimientos y especificaciones que para el ejercicio de esta facultad se establezca.

El 1º de enero de 2021 inició en nuestro país el Proceso de Ordenamiento Monetario amparado en el Decreto Ley número 17 del Consejo de Estado de fecha 24 de noviembre del 2020 el que en el artículo 1 establece: Iniciar la implementación del proceso de ordenamiento monetario del país, en lo adelante Proceso de Ordenamiento, que comprende los aspectos siguientes; a) Unificación monetaria y cambiaria, b) Corrección de precios relativos en el segmento de las personas jurídicas, c) Eliminación de subsidios excesivos y gratuidades indebidas y d) Transformación en la distribución de los ingresos de la población, en lo referido a salarios, pensiones y prestaciones de la asistencia social.

En la actualización de la Conceptualización del Modelo de Desarrollo Cubano de Desarrollo Socialista, se expone y fundamentan sus objetivos estratégicos, los principios en que se sustenta y las principales transformaciones requeridas en correspondencia con las condiciones contemporáneas, lo cual sirve de base a los requerimientos de la Visión de la Nación materializada en el Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social hasta el 2030: Visión de la Nación, Ejes y Sectores Estratégicos. En el capítulo 3 de la conceptualización: la dirección planificada del desarrollo económico y social se afirma que “En función de las metas planificadas son diversificadas las formas de asociación y articulación entre los actores productivos de diferentes formas de propiedad y gestión (...)” se diversifican las formas de asociación y articulación en encadenamientos productivos entre los actores económicos, lo que contribuye al incremento de los servicios y las producciones nacionales, su eficiencia, calidad y competitividad

En el capítulo 3: La dirección planificada de la economía, del Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social hasta el 2030: Visión de la Nación, Ejes y Sectores Estratégicos se hace referencia a la necesidad de Promover los encadenamientos productivos ya que van a mejorar la eficiencia, eficacia y competitividad de la economía, con altos estándares de calidad.

La Unidad Empresarial de Base Turquino de la ciudad de Holguín es única de su tipo en la provincia, integrada a la Empresa de Conservas de Vegetales del Grupo Empresarial de la Industria Alimentaria tiene como objeto social de producir y comercializar conservas, semielaborados de frutas y de vegetales, salsas, especias y condimentos, caramelos y compotas, así como comercializar materias primas, productos intermedios, terminados y otros insumos del proceso productivo a las industrias y mini industrias, aprobado mediante la Resolución número 237 de fecha 17 de julio del 2013, dictada por el Ministro de Economía y Planificación; muy bien ajustado a los momentos actuales.

Entre las prioridades de trabajo de la entidad ha estado la elaboración y actualización del “Procedimiento para el encadenamiento productivo con las mini industrias y otras formas productivas agrícolas” con el objetivo de definir y establecer el proceso para el desenvolvimiento eficaz de las relaciones contractuales entre la Unidad Empresarial de Base Turquino, las mini industrias y otras formas productivas agrícolas, relacionadas con la entrega y recepción de materias primas y materiales que son empleados en el proceso productivo de la fábrica, para garantizar la calidad de los procesos y desarrollar el encadenamiento productivo, de aplicación a toda la actividad contractual que realiza la Unidad Empresarial de Base Turquino con las mini industrias y otras formas productivas agrícolas.

Propiciándose contratos con mini industrias y con otras formas productivas agrícolas de la provincia que garantizan el suministro de materias primas agrícolas a la fábrica tales como la pasta de ajo, pulpas de frutas, maní y trozos de fruta bomba entre otros. La cartera de ofertas de la Fábrica de Conservas Turquino, está compuesta por más de 100 variedades de productos, de los cuales, 46 ya están certificados por el Instituto Nacional de los Alimentos, dentro de los que se encuentran el maní tostado, la rocita de maíz, el tamal en lata, mermeladas concentradas y cremas de frutas, pasta de ajo, aceite y vinagre condimentado, néctar de guayaba y piña, así como la remolacha, col y ají pimiento encurtido, destacándose entre las preparaciones de mayor demanda los derivados de la pulpa de tomate, mango y guayaba, así como la mayonesa, siendo esta empresa la única productora de esta salsa en el oriente del país.

La entidad trabaja en la transformación de la fábrica fundada en 1948 con acciones de mantenimiento y reparación que garantizan a los trabajadores mejores condiciones de los puestos de trabajo y el fortalecimiento de las líneas de producción creándose dos nuevas líneas destinadas a las cremas y la mayonesa, donde se evidencian resultados positivos.

El desafío es mejorar la estructura productiva para potenciar la inserción internacional y la captura de oportunidades del territorio requiere de una visión integral de la producción de bienes y servicios, y de las formas en que estos llegan a los compradores; proceso en el que intervienen diversos actores incentivados por la competitividad en la producción de conservas de vegetales de la región con el desarrollo de sistemas productivos integrados que cada día se fortalecen con las nuevas formas de gestión aprobadas en el Proceso de Ordenamiento mediante la Resolución 315 del Ministerio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera que establece el Reglamento que rige las relaciones

comerciales en las operaciones en moneda libremente convertible entre las entidades autorizadas a realizar actividades de comercio exterior y las formas de gestión no estatal.

El impacto de las producciones de Conservas Turquino llega todos los sectores de la población holguinera y nacional a partir de su distribución a través Comercio y Gastronomía con presencia en la red de mercados IDEALES, Salud Pública para los hogares de ancianos, casas de abuelos y hospitales, Educación para la merienda escolar y centro internos, también para el consumo social se destina la compota en los círculos infantiles y hospitales así como la dieta especial de los niños con fenilcetonuria en la provincia de Holguín y Las Tunas. En otro orden y no menos importante están los productos destinados al Turismo y las Cadenas de Tiendas y los mercados paralelos.

El gran reto del sistema productivo cubano, y dentro de él la industria alimentaria de la que forma parte nuestra entidad, está en que tiene que ir hacia un desarrollo más sostenible, más estable y para eso entre las prioridades del organismo para el presente año se definió incrementar los niveles producción industrial de alimentos, desarrollar los procesos inversionistas que permitan ir modernizando la industria y el fortalecimiento de la política de cuadros tal como lo informó Manuel Sobrino Martínez, Ministro de la Industria Alimentaria en la reunión de trabajo sostenida el pasado 11 de febrero del presente año con el Presidente de la República, Miguel Díaz-Canel Bermúdez, y el Primer Ministro, Manuel Marrero Cruz donde se evaluó el trabajo de 2020 y las proyecciones para el 2021.

El desafío está en lograr más producción, más eficiencia, más ofertas, diferentes gamas de productos y mayor optimización de los procesos y hacerlo en medio de la compleja situación actual, para lo cual resulta de vital importancia incrementar la cultura jurídica de los trabajadores de la Unidad Empresarial de Base Turquino partiendo de una evaluación del conocimiento jurídico la que puede conceptualizarse como un proceso dinámico, continuo y sistemático para la obtención de información, con criterios previamente determinados y contextualizados en medio del Proceso de Ordenamiento, para valorar la realidad de la cultura jurídica de los trabajadores de la UEB Turquino enfocada hacia los cambios de conductas e intereses, que nos permita comparar los resultados y emitir un juicio de valor para la toma de decisiones en función de los objetivos propuestos. Como resultado de esta evaluación pretendemos crear una estrategia de capacitación según las necesidades específicas de los trabajadores.

El venidero 1ro de enero iniciará el proceso de ordenamiento monetario y cambiario en Cuba con una tasa de cambio única de 24 pesos cubanos por un dólar.

Este proceso implica, además, el cese de la circulación legal del CUC, la eliminación de subsidios excesivos y gratuidades indebidas, y una modificación en la distribución de los ingresos.

Al decir del presidente cubano, Miguel Díaz-Canel Bermúdez, la nueva estrategia económica y social aprobada este año ratifica “el ordenamiento monetario como uno de los componentes fundamentales que resulta de trascendental importancia y tiene un impacto transversal en toda la economía”.

“Ya se ha expresado que la tarea ordenamiento no constituye por sí misma la solución mágica a todos los problemas presentes en nuestra economía. Sin embargo, favorecerá la creación de las condiciones necesarias para avanzar de manera más sólida”, subrayó.

Sobre el impacto de la Tarea Ordenamiento en el sistema empresarial cubano, el jefe de la Comisión de Implementación y Desarrollo de los Lineamientos, Marino Murillo Jorge, explicó en la Mesa Redonda que la coyuntura exige mayor eficiencia y responsabilidad a las empresas, a la vez que les ofrece nuevas oportunidades.

En el actual ambiente económico del país, al estar el peso cubano sobrevalorado con respecto al dólar, las materias primas nacionales resultan más caras, en la estructura de gasto, que las importadas. Por tanto, al sistema empresarial le conviene más trabajar con estas últimas. Sin embargo, en un ambiente de devaluación, como el que se vivirá a partir del día cero, ambos tipos de materia prima se harán competencia. Los materiales nacionales serán más baratos que los importados, lo cual contribuirá financieramente a la verdadera sustitución de importaciones.

Precisamente, uno de los objetivos principales de la Tarea Ordenamiento es lograr una corrección de precios relativos de la economía y cambiar la estructura de los costos de las materias primas nacionales, con lo cual se van a favorecer la industria nacional, la sustitución de importaciones y la mentalidad exportadora en nuestras empresas, sostuvo.

Murillo Jorge dijo que el reto está en lograr que los precios nacionales no crezcan más que el 12 %, para lo cual es necesario tener en cuenta que son medidas solo para un primer año; en tanto la economía reaccione a ellas, se irán flexibilizando los métodos de formación de precios. Este 12 es el primer paso de contención de la inflación.

Con respecto a los precios mayoristas, subrayó que se mantienen centralizados 42 productos y servicios de carácter transversal y alto impacto, para que los productos transables en la economía no disparen los costos en el resto de las empresas y estas tengan que subir los precios.

A la par, apuntó que los precios de exportación se expresan en una tasa de cambio de 24 x 1. «Sus precios podrán subir a un tipo de cambio implícito, y por la exportación recibirán 24 pesos. Son espacios que se van creando para el sistema empresarial».

El paso del tipo de cambio de 1 cup x 1 USD a 1 x 24, provoca un aumento de los precios de los productos importados, observó. Lo que Cuba importó el año pasado por 9 900 millones, ahora se convierte en 237 millones en cup, y eso encarece las materias primas del sector empresarial.

Existen precios mayoristas que se descentralizan con límites de crecimiento sobre el periodo base (30 de junio de 2019). Con esto se busca competitividad en el sistema empresarial. «No podemos permitir, a golpe de precio, transmitir la ineficiencia entre nosotros mismos».

«Si tú coges los gastos recalculados en ambiente de ordenamiento, incluyendo el salario, y los divides entre las ventas del año, donde los gastos fueron de uno por uno, te da las veces que tienen que crecer los precios en una empresa, en un ambiente de ordenamiento, para que no tenga pérdida», añadió Murillo Jorge.

El sistema empresarial tiene que ser más eficiente, «las reglas del “juego” actuales no siempre permitieron a los empresarios ser tan eficientes». Como regla, los exportadores y los que sustituyen importaciones tienen resultados favorables, sin embargo, un total de 426 empresas quedan en una situación compleja, casi de pérdida.

Esas empresas recibirán apoyo del Estado, aseguró. Es decir, alrededor de unos 18 000 millones de pesos del Presupuesto constituirán una reserva para proteger el sistema empresarial. «La solución de la Tarea Ordenamiento no es un quiebre masivo de empresas que nos genere desempleo. Eso sería una terapia de choque, y no es lo que estamos haciendo».

CONCLUSIONES

En los dos últimos años se han aprobado 43 medidas que eliminan trabas a la gestión empresarial. Además, la Tarea Ordenamiento incluye nueve medidas que favorecen esta gestión.

Dentro de estas últimas, los precios centralizados de productos y servicios transversales como mecanismo antiinflacionario; el incremento en la escala salarial, y la flexibilidad en la distribución de utilidades.

Resulta imprescindible hacer la reforma salarial y subir la escala., que se incremente la escala salarial, se mantienen los salarios a destajo como un pago móvil del salario, pero el ingreso móvil más importante de las empresas es la distribución de las utilidades. Si se sube el salario escala, se flexibiliza la distribución de las utilidades, y el reglamento para distribuir utilidades lo aprueba el consejo de dirección de la empresa. El salario escala no se penaliza, lo cual es una protección importante para los trabajadores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ÁLVAREZ. M. et al. (2013). «Experiencia demostrativa de un sistema de gestión con igualdad de género para el sector agropecuario a nivel local en Cuba», ponencia, IX Taller Mujeres en el Siglo XXI, La Habana.

BLANCO, H. y O. G UTIÉRREZ (2014). «La gestión de la innovación en las empresas estatales cubanas: ¿Asignatura pendiente?», ponencia, Seminario Anual de Economía y Gerencia, Centro de Estudios de la Economía Cubana (CEEC), La Habana.

CALDERÓN, L. (1993). «Liderazgo y competitividad», tesis de maestría, CETED, La Habana.

- DÍAZ, I. (2012). «La productividad en la empresa estatal cubana», en VV. AA., Economía Cubana, ensayos para una reestructuración necesaria, Editorial IDICT, La Habana, pp. 193-220.
- ECHEVARRÍA, D. (2008). «Estilos para dirigir: los factores personales y la cultura organizacional desde la perspectiva de género. Estudio de casos en empresas cubanas», tesis de doctorado, Facultad de Filosofía e Historia, Universidad de La Habana.
- ECHEVARRÍA, D. (2009). «Socialización de género y cultura patriarcal: su influencia en los estilos de dirección en empresas cubanas», Folletos Gerenciales. Segundo trimestre, n.º 2, La Habana, pp. 31-46.
- ECHEVARRÍA, D. y T. L. G ARCÍA (2010). «Empleo femenino en zonas rurales: logros y retos de los proyectos de cooperación para el desarrollo», ponencia, Seminario Anual de Economía y Gerencia, Centro de Estudios de la Economía Cubana (CEEC), La Habana.
- ESPINA, M. (2012). «Retos y cambios en la política social», en P. V. Pérez y O Pérez (coords.), Miradas de la economía cubana. El proceso de actualización, Editorial Caminos, La Habana, pp. 160-175.
- GONZÁLEZ, G. (2000). «La dirección femenina en el mundo empresarial», tesis de doctorado, Facultad de Filosofía e Historia, Universidad de La Habana.
- HELLER, L. (2012). «Diversidad de género en las organizaciones: empresas globales, culturas locales. Estudio comparativo de programas de diversidad como estrategia para el logro de la equidad», tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires.
- MINISTERIO DE JUSTICIA (MINJUS) (2014). Gaceta Oficial de la República de Cuba, edición extraordinaria n.º 21.
- OLIVELLA, A. (2011). «Los planes de igualdad empresariales como herramienta para corregir las desigualdades de género en el mercado de trabajo», http://www.grupcies.com/boletin/images/stories/PDFBoletin/articulo_i_edic_88.pdf [15/10/2013].



FORMACIÓN INVESTIGATIVA EN LOS ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN ELÉCTRICA DE LA UNIVERSIDAD DE HOLGUÍN

Ms.C Lourdes Morales Peralta¹.

Ms.C. Cristina Esperanza Castro Quesada²

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Lourdes Morales Peralta, Cristina Esperanza Castro Quesada (2022): "Formación investigativa en los estudiantes de Educación Eléctrica de la Universidad de Holguín". Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS, n. 29 (p.p. 77-90, marzo 2022). En línea: <https://www.eumed.net/es/revistas/rilcoDS/29-marzo22/holguin>

RESUMEN

La presente investigación está encaminada al diseño de un conjunto de acciones para la formación investigativa en los estudiantes de la carrera de la especialidad de Educación Eléctrica, como una vía para fortalecer el proceso pedagógico en la Educación Superior. En la misma se abordan fundamentos teóricos y metodológicos sobre las tendencias actuales en relación con la formación investigativa, que sobre esta temática asume la investigadora. Durante el proceso investigativo se pudo constatar que los estudiantes de la carrera de Educación en la especialidad de Eléctrica presentan insuficiencias relacionadas con la profesión elegida, lo que trae consigo deficiencias en el proceso pedagógico profesional, con énfasis en el rendimiento del componente académico y laboral, la retención y la disciplina escolar, aspectos estos que se recogen en el banco de problemas del departamento de Eléctrica. Como vía de solución a la problemática se presenta la propuesta de un conjunto de acciones dirigidas a consolidar y reafirmar los conocimientos sobre la profesión en los estudiantes que han optado y se realiza una valoración de los resultados obtenidos en la exploración del Municipio de Holguín.

Palabras claves: formación investigativa, educación eléctrica.

¹ Profesora, Universidad de Holguín, Cuba lourdesm@uho.edu.cu

² Profesora, Universidad de Holguín, Cuba ccastroq@uho.edu.cu

RESEARCH TRAINING IN ELECTRICAL EDUCATION STUDENTS AT THE UNIVERSITY OF HOLGUÍN

ABSTRACT

This research is aimed at the design of a set of actions for research training in students of the Electrical Education specialty career, as a way to strengthen the pedagogical process in Higher Education. In it, theoretical and methodological foundations are addressed on current trends in relation to research training, which the researcher assumes on this subject. During the investigative process, it was found that the students of the Education career in the Electricity specialty present deficiencies related to the chosen profession, which brings with it deficiencies in the professional pedagogical process, with emphasis on the performance of the academic and labor component, retention and school discipline, aspects that are collected in the problems bank of the Electrical department. As a way of solving the problem, the proposal of a set of actions aimed at consolidating and reaffirming the knowledge about the profession in the students who have chosen is presented and an assessment of the results obtained in the exploration of the Municipality of Holguín is carried out.

Keywords: research training, electrical education.

INTRODUCCIÓN

El problema de la orientación profesional siempre ha sido un tema de gran actualidad por la importancia que representa la misma para el desarrollo del hombre. Si se estudia el problema desde el punto de vista marxista, no queda otra salida que entender que uno de los aspectos que influye determinadamente es el marxismo leninismo, constituye la base metodológica de nuestra educación para la orientación de elevadas cualidades en el hombre nuevo. Orgánicamente vinculado con la vida asimilando la experiencia espiritual y práctica de muchas generaciones, enseña el amor al trabajo y saber inculcar altos valores ideológicos y morales.

La orientación profesional aparece como un proceso condicionado socialmente, o sea está determinado por la vida material y espiritual de la sociedad por lo tanto el enfoque marxista determina que el estudio de este problema debe partir del carácter histórico social de la actividad del hombre. Lo práctico no es solo la base del fundamento, sino también, el fin del conocimiento, es decir, es donde se verifican los resultados del conocimiento. Por lo que Marx entendía la práctica como acción del mundo exterior sobre el hombre y también como acción de este sobre aquel. El hombre descubre las leyes del desarrollo con el objetivo de utilizar los resultados del conocimiento en su actividad práctica.

Los conocimientos muchos o pocos, son estériles si el profesional no cuenta con las habilidades intelectuales para conducirlos en contextos variables y novedosos, son una especie de herramienta intelectual que sirve para manejar el conocimiento, son los responsables de que el ser humano sea capaz de pensar, procesar, aplicar y entender el conocimiento.

El hombre en la interrelación con la naturaleza y con la sociedad, se vincula con los objetos, fenómenos y procesos, por lo que la práctica actúa no solo como punto de partida, sino además, como criterio de la verdad, de la certeza de nuestros conocimientos y como fin, propósito u objetivo a alcanzar del conocimiento.

(Vigotsky)(1981) resaltó la naturaleza social del proceso de interiorización dado como mecanismo psicológico de la apropiación. De esta concepción surgió la zona de desarrollo próximo “es de gran importancia la escuela, la enseñanza institucionalizada como vía para la optimización del desarrollo psíquico del niño y sugieren a la práctica pedagógica métodos que exijan el máximo a las potencialidades mentales de este, sobre la base del conocimiento de su individualidad y leyes generales del desarrollo psíquico”, el mecanismo psicológico a través del cual se asimila esta experiencia lo constituye la actividad que realiza el estudiante y la comunicación en el marco de la misma que establece con otras personas concibe este proceso con una relación dialéctica entre lo externo y lo interno, reconoce la existencia de una zona próxima hacia la cual debe dirigirse la eficiencia de la actividad educativa.

En muchas carreras había exceso de aspirantes, especialmente en aquellas que tradicionalmente gozaban de mayor prestigio social mientras otras, más necesarias al desarrollo económico del país, resultaron poco atractivas para los alumnos.

Esta realidad hizo que se ofreciera masivamente información a los alumnos sobre las distintas ramas de estudio y los centros donde se cursaba. Se elaboraron materiales adaptados a los diferentes niveles de educación en los cuales se describían los planes educacionales en el nivel inmediato superior: Al terminar el Preuniversitario; estos materiales divulgados ofrecían a los estudiantes de nivel medio, ideas generales del trabajo del técnico medio y del profesional en el campo de la industria y los servicios.

A lo largo del siglo, infinidad de estudios y experiencias han sido realizados en el área de la orientación profesional. La mayoría (a pesar de grandes diferencias teóricas y metodológicas) y sobre todo durante las primeras siete décadas del siglo xx, han estado centrado en dos temáticas esenciales: el problema de la selección profesional y el abordaje de la motivación profesional como elemento determinante de la calidad de esa selección. Estas temáticas siguen siendo de gran actualidad tanto para la investigación teórica como para el trabajo cotidiano de orientación.

Entre estos criterios están: se nace con una vocación y eso no puede modificarse; la persona será exitosa y se sentirá bien solo en una carrera específica; existen carreras que conducen al éxito de la persona y otras que no; la decisión de que carrera escoger tiene que hacerse considerando solo los deseos o gustos de una persona, sin que deban considerarse aspectos sociales (como carreras priorizadas, etc).

Estas ideas reflejan una concepción biologicista del ser humano, una idea no dialéctica de la relación sujeto-realidad y una manera rígida y mecánica de entender la personalidad, además de una insuficiente

conciencia de los problemas socioeconómicos del país y la necesidad de asumir las carreras consideradas como una prioridad social.

Un aspecto esencial para la orientación profesional es comprender el papel de la motivación en la selección de una profesión y en la orientación y desarrollo profesional que le siguen, sobre todo porque nuestra Revolución necesita estimular la incorporación de los jóvenes a determinadas carreras imprescindibles para el desarrollo presente y futuro del país.

En nuestra opinión y considerando el contexto educacional cubano hay tres grupos básicos de motivos que participan en la determinación de la decisión profesional:

- a) Motivos políticos-sociales: de compromiso con la Revolución y la necesidad de la carrera.
- b) Motivos intrínsecos: referidos al contenido esencial de la profesión.
- c) Motivos extrínsecos: los que impulsan al sujeto hacia la profesión pero son ajenos a su contenido esencial. Es decir, la persona se involucra en la profesión pero buscando otras metas, que no son propias del contenido de esta. Este tipo de motivación puede aportar, sin embargo, una gran carga energética y sostener la dirección de la conducta del sujeto. Una selección profesional puede hacerse solo a partir de motivaciones extrínsecas y durante la orientación profesional, a través del trabajo educativo y de la orientación profesional en particular, desarrollarse motivos intrínsecos y/o políticos y sociales, lo cual le otorga calidad a la motivación del sujeto.

Se considera que la motivación de más calidad es la que sea más integral, donde exista una unidad de motivos intrínsecos y políticos-sociales, configurados en la personalidad a partir de la participación decisiva de la conciencia (actuando también como autoconciencia) y la voluntad del sujeto, junto a la expectativa de satisfacción de motivaciones extrínsecas como las referidas al bienestar económico, la realización personal, aprobación de la familia, etcétera.

La propuesta de orientación profesional, que incluye múltiples vías y técnicas, debe trabajar por la potenciación de todos estos motivos en los estudiantes para estimular el ingreso a las carreras más demandadas por la sociedad, como las carreras pedagógicas, y la permanencia y desarrollo profesional de los estudiantes en ellas.

Es necesario conocer que en la adolescencia y la juventud, la elección de una profesión es una necesidad del sujeto y que depende de la calidad del trabajo de orientación profesional que se haya realizado en los diferentes contextos de actuación del educando, pero es en la escuela donde debe encontrarse una integración de leyes, principios, estructuras, actividades y tareas con estos fines para que fluya la relación funcional indisoluble entre lo cognitivo y lo afectivo de la personalidad y halle su expresión en las formaciones reguladoras que la integran, buscando que se resuelva también la ínter vinculación entre, los intereses sociales e individuales en la elección consciente de la profesión.

La tarea de orientación profesional se comienza a partir del Triunfo de la Revolución, a través de diferentes instituciones, como las Casas de Cultura, los Palacios de Pioneros, en estos últimos, los

estudiantes de nivel primario y Secundaria Básica aprenden conocimientos y desarrollan habilidades referentes a las especialidades, que una vez terminada la secundaria básica.

Otras vías utilizadas para desarrollar la orientación profesional ha sido la impartición de conferencias por especialistas de entidades productivas, la creación de círculos de interés asesorados por esas entidades, variantes estas utilizadas con fuerza en la Educación Preuniversitaria, así como las aulas pedagógicas en los centros de la Educación Técnica Profesional, como canteras para la formación de profesores.

El trabajo pedagógico tiene como uno de sus objetivos brindar a los alumnos una adecuada orientación profesional en correspondencia con el desarrollo planificado y proporcional de la producción, los servicios, la ciencia y la cultura, además debe prestar gran atención a la preparación de obreros calificados y técnicos medios, destinados a convertirse en el joven relevo de la actual generación obrera en las principales ramas productivas.

Por lo antes expuesto se traza como **objetivo** la elaboración de acciones pedagógicas para la orientación profesional de los de 1.año en la especialidad Licenciatura en Educación Eléctrica en la Universidad de Holguín (UHO).

METODOLOGÍA

La sistematización teórica de diversas fuentes, a partir del empleo de métodos teóricos, tales como el Análisis Histórico – Lógico: permitió conocer el objeto de investigación en su decursar histórico y establecer el marco histórico y teórico de referencia teniendo en cuenta sus tendencias y características. Análisis y síntesis: Se utilizó en el procesamiento de la información, tanto teórica como empírica que permitió la caracterización del estado actual del problema para mediante el análisis porcentual y cualitativo, valorar toda la información obtenida a través de la investigación, así como los referentes teóricos recogidos en investigaciones anteriores. Inductivo – deductivo: Posibilitó determinar la influencia de diversos factores en el problema, así como la correspondencia entre la orientación profesional actual y el modo en que se debe realizar para llegar a conclusiones sobre el problema investigado, a partir del estudio lógico-histórico realizado en la bibliografía consultada y de los análisis y valoraciones de los instrumentos aplicados. La Modelación: Se utilizó en la concepción y concreción de un conjunto de acciones pedagógicas para la orientación profesional de los estudiantes de 1.año en la especialidad Licenciatura en Educación Eléctrica en la Universidad de Holguín.

La aplicación de métodos del nivel empírico como Entrevistas y Encuestas: Para diagnosticar el estado actual de la orientación profesional en los estudiantes de 1. año de la especialidad Licenciatura en Educación Eléctrica en la Universidad de Holguín y valorar el nivel de pertinencia y relevancia de las acciones pedagógicas propuesta. Observación: Permitted profundizar en la situación actual que presenta la orientación profesional en el proceso pedagógico y para constatar las acciones de la escuela acerca de la orientación profesional en la especialidad de Electricidad. Revisión de documentos: para caracterizar

la literatura científica que permita el establecimiento del marco teórico referencial y desarrollo de la investigación. Experimentación en el terreno: para valorar la factibilidad de la aplicación práctica de las acciones pedagógicas propuestas para la orientación profesional de los estudiantes de 1. año en la especialidad 1. año de la especialidad Licenciatura en Educación Eléctrica en la Universidad de Holguín.

La aplicación de estos métodos permitirá obtener información sobre el estado de la cuestión en un momento histórico concreto y un área determinada, así como conocer la práctica real de la investigación en orientación profesional, su productividad, dinamismo, los temas de mayor interés, las innovaciones y las metodologías y técnicas utilizadas. Se considera el impacto cuantitativo y se complementa, a nivel cualitativo, con un análisis de contenido sobre las temáticas y las metodologías de investigación.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Independientemente que la Política Educacional Cubana ha encausado la orientación profesional en su diversidad y amplitud, a diferencia de los procesos precedentes, aún en nuestros días se aprecian insuficiencias que justifican la necesidad de continuar investigando en esta importante esfera. La orientación profesional, por cualquiera de las variantes que se aplique debe ser conceptuada como Educación de la orientación profesional de la Personalidad pues, como los demás contenidos de la educación, constituye el enfoque rector para lograr la autodeterminación profesional Gómez M, (2000).

La Orientación Profesional es un tipo particular de orientación educacional, en este sentido se hace necesario que el maestro o profesor asuma el rol con las exigencias científicas de este tipo de actividad, creando una propuesta de orientación basado en principios de sistematicidad de la planificación realizada, la orientación que realiza el profesor no es más que un componente técnico de contenido humano y consecuencias estratégicas, que se insertan en el proceso pedagógico, estos criterios resultan interesantes para realizar la orientación profesional desde el punto de vista psicológico y pedagógico.

El rol de orientador profesional del profesor va más allá de conversar o explicar elementos de la profesión, en este sentido se necesita actuar tanto a nivel individual como grupal, el profesor se debe convertir en el principal promotor profesional de la carrera y su trabajo debe generar cambios y transformaciones en la conducta y conciencia de los estudiantes.

Todas estas concepciones permiten valorar que los intereses y las intenciones profesionales constituyan la presentación de un sentido personal de la profesión y que para su desarrollo y consolidación es necesario planificar acciones pedagógicas donde la escuela y los profesores, así como la familia aprendan a respetar la personalidad del educando y la independencia para la elección consciente de la profesión.

En tal sentido, es responsabilidad de la escuela, en las condiciones actuales de transformación social desarrollar un proceso de orientación hacia la profesión teniendo en cuenta tanto el mundo individual del

estudiante, así como la comprensión de la importancia de su papel en la consolidación del proyecto social cubano, desarrollando esta orientación a través de la clase como la principal y más efectiva vía para realizar la orientación profesional de los estudiantes y muy especialmente la dirigida a las carreras técnicas universitarias.

Algunas de las razones que sustentan este planteamiento son las siguientes:

En primer lugar, la clase es el espacio sistemático y conscientemente planificado donde se encuentra el estudiante con su profesor y donde este ejercerá una mayor influencia en los sentimientos e ideas de este; es el momento donde el estudiante se encuentra con la cultura general a través de las diferentes asignaturas y donde puede desarrollar intereses cognitivos de los contenidos de su profesión.

En esta el profesor presenta el modelo concreto de la profesión, el estudiante convive con este modelo y establece, a partir de las vivencias que tiene en su relación con este modelo, determinado vínculo (problematizado) con él, así la clase será un espacio interactivo que mediatiza sistemáticamente la relación del estudiante con la profesión. Es evidente entonces que la calidad de la clase determinará el tipo de huella que la experiencia docente dejará en el estudiante, por lo que se considera inadmisibles que la clase no incida, en alguna dirección, en este caso en la relación que el estudiante establezca con su profesión.

La aplicación del enfoque problematizador a la clase debe permitir garantizar que el estudiante sienta cercano el quehacer con su profesión y logre elaborar las contradicciones que se generan de su vínculo con la realidad de la profesión seleccionada y con otras profesiones.

Teniendo en cuenta estos criterios se puede plantear que en la clase se establecen dos tipos de vínculos:

➤ Vínculo con la realidad: En el primero se manifiesta el tratamiento de los contenidos de la materia que se imparte, es decir, la clase relaciona, vincula al estudiante con determinados contenidos de las asignaturas, de las ciencias y prácticas profesionales. Es recomendable que para los fines de la orientación profesional se trabaje desde los presupuestos de la enseñanza problémica y que desde las primeras edades del niño logre vivencias positivas en el aprendizaje de las diferentes materias y se le presente la realidad de la forma más interesante posible. Esto le permitirá establecer vínculos positivos con la materia que estudia, lo cual favorecerá sus sucesivos acercamientos al aprendizaje y específicamente a esos contenidos.

En la educación superior, en la etapa de preparación para la selección profesional, es sumamente importante que el contenido de la clase se relacione con las aplicaciones laborales de este y con las carreras o familias de profesiones que tienen más cercanas, no debe desarrollarse orientación profesional desde contenidos abstractos y descontextualizados.

➤ Vínculo con la subjetividad: El segundo se relaciona con la posibilidad de la clase de movilizar a los

sujetos a través del sentido personal que para ellos tienen los contenidos que se trabajan, en este caso el sujeto debe problematizar, no la realidad misma, sino su relación con ella.

Para que el profesor pueda trabajar con rigor el vínculo de su clase con la subjetividad de los estudiantes, debe tener de ellos un diagnóstico que le permita conocer sus preferencias, inclinaciones, gustos, habilidades, vivencias anteriores en su relación con esos contenidos.

Sería conveniente trabajar en las clases un enfoque metodológico que combine la educación con el enfoque problematizador, para esto se requiere que el trabajo metodológico garantice el dominio y la actualización de los contenidos y un diagnóstico integral de los estudiantes, donde se conozcan sus proyecciones vocacionales y/o profesionales. Este enfoque garantiza algunos presupuestos básicos necesarios para la orientación profesional, la identificación temprana de sus tendencias vocacionales, planificar diversas acciones de orientación desde que el estudiante comienza el estudio de la especialidad, con los temores o contradicciones que le crea la profesión.

Por otra parte debe tenerse en cuenta para lograr una clase que oriente profesionalmente a los estudiantes durante el aprendizaje de la especialidad de Licenciatura en Educación Eléctrica se debe señalar los siguientes:

- El ambiente que el profesor proyecte en el aula debe ser feliz, eficiente, comunicativo, autorrealizado.
- La clase debe ser un culto a la enseñanza de la materia que se estudia, no solo debe destacar la significación de las ciencias y aplicaciones que contiene, sino también la necesidad de enseñarlas.
- La clase no debe ser un hecho aislado, sino un eslabón dentro de todo el sistema de ellas, es decir, el profesor debe precisar, desde el trabajo metodológico, todas las potencialidades que le brinda el programa para la orientación profesional y las acciones a desarrollar en cada clase, garantizando desde el diagnóstico de sus estudiantes la problematización de su relación con la profesión.

Propuesta de acciones para docentes y directivos.

Acción 1: Actividad metodológica sobre OP dirigida a los docentes y directivos.

Objetivo: Intercambiar conocimientos e ideas acerca de las actividades de OP y las acciones a implementar.

Contenido: Importancia de la OP en los estudiantes desde el 1.º año, con el fin de consolidar los intereses profesionales.

Método: Expositivo

Acción 2: Actividad metodológica con los profesores de formación general que trabajan con el 1.º año de la especialidad.

Objetivo: Vincular los contenidos de la especialidad con enfoque interdisciplinario, teniendo en cuenta el perfil ocupacional de los estudiantes.

Contenido: Importancia y vinculación del estudio de las asignaturas de formación general para la especialidad.

Método: Expositivo

Acción 3: Aula especializada

Objetivo: Enmarcar al alumno dentro de su futuro campo profesional

Contenido: Montaje de exposición, medios dispositivos, y bibliografía de la especialidad.

Método: Observación

Acción 4: Programa de divulgación de la especialidad

Objetivo: Divulgar a través de murales u otros medios existentes las particularidades e importancia de la especialidad.

Contenido: Láminas, escritos, alusivos a la profesión a través de plegables, recortes de revistas, rótulos y póster relacionados con la especialidad.

Método: Observación

Acción 5: Resolución de problemas en la especialidad.

Objetivo: Calcular problemas y ejercicios a partir de los contenidos de la especialidad

Contenido: Aplicar la solución de ejercicios y problemas con orientación profesional implícita aprovechando el vínculo del contenido de la especialidad.

Método: Explicativo-Ilustrativo

Acción 6: Visitas a empresas y subestaciones eléctricas.

Objetivo: Estimular a los estudiantes a través del contacto directo con la empresa.

Contenido: Observar el desarrollo de la especialidad en la base de forma práctica que conozcan su importancia y funcionamiento.

Método: Observación y diálogo

Acción 7: Sociedades científica y Círculos de Interés.

Objetivo: Potenciar la elaboración de trabajos científicos y su participación en los eventos de Forum estudiantiles.

Contenido: Temas de la especialidad para participar en eventos científicos.

Método: Trabajo independiente y Elaboración conjunta

Acción 8: Uso de la nueva tecnología

Objetivo: Demostrar el uso de los medios que enriquecen la labor del electricista.

Contenido: Realizar diseños de circuitos eléctricos con la utilización del software educativo.

Método: Trabajo independiente.

Acción 9: Montaje del buró de orientación profesional.

Objetivo: Brindar información sobre la profesión

Contenido: Presentación de láminas, textos, folletos, artículos, libros que brinden información acerca de la labor de los electricistas y con ello se contribuya a la orientación profesional

Método: Trabajo independiente

Acción 10: Encuentro de conocimientos.

Objetivo: Profundizar los fundamentos teóricos y prácticos de la especialidad.

Contenido: Aplicar la solución de ejercicios y problemas con orientación profesional implícita aprovechando el vínculo del contenido de la especialidad.

Método: Debate

Para introducir las acciones pedagógicas mediante el trabajo metodológico en la escuela se desarrollaron las siguientes actividades con los profesores que trabajan con el colectivo pedagógico del 1. Año de la especialidad, se priorizó esta preparación con los docentes para que a través de las clases, como principal componente del proceso pedagógico profesional, pudieran reafirmar y consolidar los intereses por la profesión mediante las acciones pedagógicas elaboradas.

- Taller científico - metodológico.
- Una clase metodológica.
- Dos clases demostrativas.

En el **Taller científico – Metodológico:**

Tema: Propuesta de acciones pedagógicas para la Orientación Profesional.

La actividad constituyó un momento muy importante, pues se preparó a los profesores en cómo aplicar las concepciones teóricas en torno a la utilización de las potencialidades que ofrecen las asignaturas de formación general y básica profesionales así como otras actividades para desarrollar la orientación profesional de los estudiantes, como una vía de solución para reafirmar y consolidar los intereses y habilidades profesionales. Se abordó lo concerniente a la utilización de los encuentros con monitores, días de las puertas abiertas, resolución de problemas, competencias de habilidades.

Al finalizar el taller científico, los profesores plantearon haber obtenido una mejor preparación para sistematizar la relación instrucción – educación – desarrollo a través de las clases como condición esencial para la orientación de sus estudiantes, sobre la base de las insuficiencias detectadas en el diagnóstico pedagógico realizado.

Una vez lograda una preparación favorable de los docentes en el contenido básico para la aplicación de las acciones pedagógicas, se procedió a realizar la **Clase Metodológica** en la cual se presentaron las acciones pedagógicas propuestas, concebidas para desarrollar la orientación profesional con los estudiantes de la especialidad Licenciatura en Educación Eléctrica, en la cual se sistematizaron los aspectos abordados en el Taller científico Metodológico.

En el debate profesional realizado concluida la clase metodológica se apreció que los profesores mostraron un criterio de aceptación favorable respecto al conjunto de Acciones Pedagógicas y consideraron que con la aplicación de las acciones elaboradas se contribuye a mejorar los aspectos siguientes:

- Sistematizar las concepciones teóricas y metodológicas para desarrollar la Orientación Profesional en los estudiantes como una de las vías que favorece la reafirmación de intereses profesionales para la formación del Licenciado en Educación Eléctrica.
- Una mejor atención a la diversidad estudiantil desde lo individual y lo social.
- El tránsito de los estudiantes mediante las fases de la clase desde la apropiación hacia la aplicación de los contenidos en la solución de problemas profesionales.
- Favorecer la Orientación Profesional de los estudiantes a partir de las potencialidades que ofrecen los contenidos de la especialidad para su vinculación con los contenidos de las demás asignaturas que reciben en el 1. año, como una vía para contribuir al desarrollo de la cultura básica general integral.
- Potenciar el trabajo metodológico como una de las vías para la preparación del docente en relación con al desarrollo de la orientación profesional de los estudiantes.
- Fueron aceptadas de manera favorable las acciones pedagógicas propuestas para la incorporación de contenidos para la orientación de la profesión en el proceso docente educativo de la especialidad.
- Se logra una clara dinamización del proceso de orientación profesional de los estudiantes en el desarrollo de las acciones, pues se sienten más comprometidos directamente en cada una de ellas, al contar con vías asequibles a su nivel de enseñanza.

- Interés y estabilidad en la profesión seleccionada, contribuyendo con ello a la disciplina, retención y aprovechamiento académico.

Para constatar la preparación metodológica alcanzada por los profesores en la aplicación del conjunto de acciones pedagógicas, se desarrollaron dos **clases demostrativas** en las asignaturas de Matemática y Fundamentos de Electricidad, en las cuales los profesores aplicaron algunas de las acciones pedagógicas elaboradas, para lo cual se tuvo en cuenta el tema de la clase a desarrollar.

Durante la observación del desarrollo de las clases, se apreció como regularidad en los dos profesores un mejoramiento en su preparación metodológica para consolidar y reafirmar los intereses profesionales de los estudiantes, evidenciado a través de los indicadores siguientes.

- En la organización del proceso de enseñanza aprendizaje. (Disciplina escolar).
- En la orientación hacia el objetivo teniendo en cuenta para qué, qué, cómo y en qué condiciones van a aprender.
- En la planificación de la clase en función de la vinculación del contenido con la especialidad.
- En el conocimiento e interés por la profesión.
- En propiciar que los estudiantes comprendan el valor del nuevo aprendizaje para el desarrollo de su profesión.
- En el establecimiento de los nexos entre lo conocido y lo nuevo por conocer.
- En establecer relaciones ínter materias o/e interdisciplinarias.
- En la orientación de tareas docentes en las que el estudiante aplica el contenido aprendido en la solución de problemas profesionales que se presentan en el contexto empresarial y la vida cotidiana.
- En la utilización de métodos y procedimientos que promueven la búsqueda reflexiva, valorativa e independiente del conocimiento.
- Establecer relaciones entre las profesiones.
- Reconocer conscientemente la necesidad de superarse.
- Conocimiento de la importancia de los contenidos estudiado para la futura vida laboral.

CONCLUSIONES

Una vez culminado el proceso investigativo se arriban a las conclusiones siguientes:

- La Orientación Profesional es un proceso complejo de vital importancia para la determinación de la vida futura de los estudiantes en la Educación Técnica y Profesional.
- A través del proceso de investigación se logró realizar un análisis sobre la base de los referentes teóricos y metodológicos que sustentan la Orientación Profesional de los futuros Licenciados en la especialidad de Licenciatura en Educación Eléctrica.
- Con la aplicación de un conjunto de instrumentos se pudo constatar las insuficiencias que presentan los estudiantes de 1. Año en la especialidad de Eléctrica de la universidad de Holguín, lo que permitió

inferir la necesidad de elaborar acciones pedagógicas para favorecer la reafirmación y consolidación de la profesión seleccionada.

- Se elaboraron acciones en aras de favorecer la Orientación Profesional a partir de las características específicas de los estudiantes, estas se sustentan en la tercera y cuarta etapas propuestas para la orientación de intereses y habilidades profesionales, así como la consolidación de los conocimientos y habilidades profesionales de la Dra. Viviana González Maura (1994) y la 3. Etapa dirigida a la reafirmación de la profesión del estudiante en la especialidad que ha seleccionado del Dr. Fernando González Rey (1991).
- Se logró un aumento de los conocimientos y amor en los estudiantes por la profesión elegida.
- Con el desarrollo de la investigación se logró mejorar la Orientación Profesional de los estudiantes y con ello la permanencia de estos en su especialidad.
- La factibilidad de las acciones pedagógicas se demostró no sólo en términos cuantitativos sino en el aporte de la misma al desarrollo de la personalidad de los estudiantes y demás participantes, lo que se expresó en la toma de decisiones independientes, desarrollo de habilidades, resoluciones de ejercicios y una actuación más consciente y motivada hacia la profesión seleccionada.
- En la Biblioteca de la Universidad de Holguín, sede “Oscar Lucero Moya” se implementó el buró de orientación profesional con materiales aportados por los docentes y algunos estudiantes motivados por esta actividad, así como se capacitó a la bibliotecaria para que utilice el buró de orientación profesional haciendo uso de los siguientes materiales:
 - Orientaciones específicas nacionales de Orientación Profesional y Formación Vocacional
 - Folleto sobre la orientación profesional y la formación vocacional.
 - Artículos, revistas, recortes informativos y plegables sobre las tareas y ocupaciones de la especialidad.

BIBLIOGRAFÍA

- ABREU, R y LEÓN, M. (2007). Fundamentos básicos de la Pedagogía Profesional. Editorial Pueblo y Educación. La Habana.
- ABREU, R. (1997). La pedagogía profesional. Un imperativo de la escuela y la empresa contemporánea. Tesis de maestría en pedagogía profesional. ISPETP. La Habana.
- ÁLVAREZ, C y SIERRA, V. (1997). Metodología de la Investigación científica. Programa de Maestría en educación Superior. Universidad Andina “Simón Bolívar,” Sucre. Bolivia.
- CARDENAS, N. (1999). “La Orientación Profesional.” Evento de Pedagogía.
- COLECTIVO DE AUTORES (1995): Psicología para Educadores. Editorial Pueblo y Educación. La Habana.
- CORTIJO, R. (1995). Metodología de la enseñanza de las ramas técnicas. Soporte magnético. ISPETP. La Habana.

- CORTIJO, R. (1996). Didáctica de las ramas técnicas, una alternativa para su desarrollo. soporte magnético. ISPETP. La Habana.
- CORTIJO, R. (1996). Didáctica de las ramas técnicas. Una alternativa para su desarrollo. Soporte magnético. ISPETP. La Habana.
- CUBASOLAR. (2000). La batalla por la cultura. En Energía y tú: Revista Científico- Popular Trimestral de CUBASOLAR. No.11.
- FERNÁNDEZ, A. (2000). La formación profesional y ocupacional. Ediciones Octoedro. Barcelona.
- FIGUEREDO, A. (1997). "Aprendizaje, educación y desarrollo." Editorial Pueblo y educación. La Habana.
- FINGERMAN, G. (1968). "Psicotecnia y orientación profesional" Buenos Aires. Editorial El Ateneo.
- GOMEZ, M. (1997). Estudio de las motivaciones de la conducta de los niños y adolescente. Editorial Pueblo y Educación. Ciudad de La Habana.
- GOMEZ, M. (2000). El maestro, un orientador profesional por excelencia. Holguín.
- GONZÁLEZ, F. (1985). Comunicación, personalidad y desarrollo. Editorial Pueblo y Educación. Ciudad de la Habana.
- GONZÁLEZ, A Mra y REINOSO, C. (2002). Nociones de sociología, psicología y pedagogía. Editorial Pueblo y Educación. La Habana.
- GONZÁLEZ, D. (1994). Motivación profesional y personalidad. Universidad de Sucre. Bolivia.
- GONZÁLEZ, F y MITJAN, A. (1989). La personalidad, su educación y desarrollo. Editorial Pueblo y Educación. La Habana.
- GONZÁLEZ, F. (1983). Motivación profesional en adolescentes y jóvenes. Editorial de Ciencias Sociales. La Habana.
- GONZÁLEZ, F. (1986). La personalidad su educación y desarrollo. Editorial Pueblo y Educación. La Habana.
- GONZÁLEZ, F. (1993). Psicología de La Enseñanza. Editorial Pueblo y Educación. Ciudad de La Habana.
- GONZÁLEZ, V. (1984). Motivación profesional y personalidad. Talleres gráficos de la imprenta universitaria. Sucre. Bolivia.
- GONZÁLEZ, V. (1997). Conferencia "La formación universitaria de los docentes desde la escuela y para la escuela". En el XIX seminario de perfeccionamiento para dirigentes de la Educación Superior el día 17 de marzo de 1997 en Ciudad de La Habana.
- GONZÁLEZ, V. (1999). El servicio de la orientación vocacional profesional. Artículo de la Universidad de la Habana.
- HERNÁNDEZ, A. M. y OTROS (1994). Didáctica de la formación profesional. ISPETP. Impresión ligera. Ciudad de La Habana.
- S.A (1981). Pensamiento y lenguaje. Editorial Pueblo y Educación, La Habana.
- VIGOSTKY, S. L (1987). Historia del desarrollo de las funciones psíquicas superiores. Editorial científico – técnica. La Habana.



PLAN DE MARKETING PARA LA UEB CUBIZA HOLGUÍN

MSc. Katia Zaldivar Samsonova¹

MSc. Mirna Lázara González Velázquez²

Lic. Celia María Carralero Perdigón³

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Katia Zaldivar Samsonova, Mirna Lázara González Velázquez, Celia María Carralero Perdigón (2022): "Plan de marketing para la UEB Cubiza Holguín". Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS, n. 29 (p.p. 91-101, marzo 2022). En línea: <https://www.eumed.net/es/revistas/rilcoDS/29-marzo22/ueb>

RESUMEN

Los mercados mundiales se encuentran enmarcados en escenarios cada vez más competitivos y cambiantes, por lo que la práctica permanente de una efectiva gestión comercial se instituye como una necesidad imperante. Con la intención de lograrlo la investigación tiene como objetivo desarrollar un plan de marketing en la empresa Cubiza de la provincia Holguín. Mediante la aplicación del procedimiento elaborado por Hernández Ochoa (2019) se le brinda a la empresa información precisa, confiable y actualizada como el diseño de estrategias de comercialización que permitan posicionar los servicios de la empresa que repercutan en su beneficio.

PALABRAS CLAVE: marketing, estrategias, procedimiento.

MARKETING PLAN FOR UEB CUBIZA HOLGUÍN

ABSTRACT

World markets are framed in increasingly competitive and changing scenarios, so the permanent practice of effective commercial management is established as a prevailing need. With the intention of achieving this, the objective of the research is to develop a marketing plan in the Cubiza company in Holguín

¹ Profesora de la Universidad de Holguín. samsonova1979@gmail.com

² Profesora de la Universidad de Holguín. mglez@uho.edu.cu

³ Trabajadora de la UEB Cubiza Holguín.

province. Through the application of the procedure developed by Hernández Ochoa (2019), the company is provided with accurate, reliable and up-to-date information such as the design of marketing strategies that allow positioning the company's services that have an impact on its benefit.

KEYWORDS: marketing, strategies, process.

INTRODUCCIÓN

Los mercados mundiales se encuentran enmarcados en escenarios cada vez más competitivos y cambiantes, por lo que la práctica permanente de una efectiva gestión comercial se instituye como una necesidad imperante.

La satisfacción del cliente, única medida de la aplicación con éxito del marketing, no es, sin embargo, a cualquier precio, sino que constituye una solución a partir de interpretar correctamente el entorno, aprovechar bien las fuerzas que influyen directamente en la entidad y combinar creadoramente las variables producto, precio, distribución y comunicación comercial. Las empresas que no usaban como instrumento la mercadotecnia han comenzado a utilizarla para equiparse de sólidas ventajas competitivas, de las cuales dependen en marcadas ocasiones el crecimiento y estabilidad económica.

La sociedad va en crecimiento, se acercan nuevos tiempos que están tocando las puertas, la tecnología va en desarrollo a una velocidad abismal, es por ello que las organizaciones deben de crecer junto a estos cambios. Se debe saber cómo proyectarse en el mercado, trazar estrategias de comercialización más eficaces, atraer a los clientes con propuestas más atractivas, es decir darle más uso al marketing. (Asencio Silva,2017).

En Cubiza Holguín se desarrolla la presente investigación, su objeto social aprueba la realización de servicios de izaje y transporte especializado de grandes pesos, el resultado del estudio de imagen que se realizó previamente muestra insatisfacciones expresadas por los clientes en la prestación de los servicios demandados.

A través de un análisis realizado en la organización se determinaron algunos de los factores que afectan la actividad de comercialización, entre los que se destacan:

- Hay desconocimiento del mercado, que como se sabe es altamente cambiante
- Existe una competencia
- La organización no cuenta con estrategias de comercialización definidas
- No se realizan acciones de promoción con los públicos objetivos
- No existe en la organización un proceso para gestionar la actividad comercial
- Las acciones de comercialización que se realizan se hacen de forma aislada, sin un estudio previo y sin contar con un plan de marketing que integre todo.

Lo analizado anteriormente, constituye la **situación problemática** que sostiene el desarrollo de la presente investigación, lo que conlleva a la formulación del problema social: la ausencia de un plan de marketing que permita planificar, organizar, dirigir y controlar las acciones comerciales que actualmente

se llevan a cabo de forma aislada en la organización, y como **problema científico**: ¿cómo mejorar la gestión comercial en la UEB Cubiza Holguín que contribuya a la satisfacción del cliente?. Tiene como **objetivo general** desarrollar un plan de marketing que integre de manera racional, las acciones comerciales que actualmente se ejecutan.

METODOLOGÍA

En Cuba la mercadotecnia es interpretada como un conjunto de actividades que comienza con la identificación de una necesidad o deseo y termina cuando este queda satisfecho de la mejor manera posible, mediante la entrega de un producto o servicio; claro que, a cambio de un beneficio para la empresa u organización (Hernández Ruiz, 2004).

Plan de marketing

De acuerdo con lo planteado por Muñiz González (2017) el plan de marketing es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. En su puesta en marcha quedarán fijadas las diferentes actuaciones que deben realizarse en el área del marketing, para alcanzar los objetivos marcados. Éste no se puede considerar de forma aislada dentro de la compañía, sino totalmente coordinado y congruente con el plan estratégico, siendo necesario realizar las correspondientes adaptaciones con respecto al plan general de la empresa, ya que es la única manera de dar respuesta válida a las necesidades y temas planteados.

Plan de marketing para la UEB Cubiza Holguín elaborado por Hernández Ochoa (2019)

Etapa I. Preparación inicial

Paso 1. Creación del grupo de trabajo

Mediante la consulta a los directivos de la entidad se definió el equipo de trabajo teniendo en cuenta sus capacidades y conocimientos para el logro de los principales objetivos de la investigación el cual se muestra a continuación:

Tabla1

Equipo de trabajo

Nombre y apellidos	Cargo
Rubiel Fernández Fernández	Jefe Área Operaciones
Zoraya Álvarez Calzado	Especialista de Gestión de la Calidad
Lizandra Estupiñán Rodríguez	Técnico de Seguridad y Salud
Celia María Carralero Perdigón	Estudiante de 6to año de Economía

Fuente: elaboración propia

Paso 2. Detección de necesidades de capacitación

Se determinaron como principales necesidades de capacitación del grupo creado, las relacionadas con la gestión comercial.

Paso 3. Ejecutar acciones de capacitación

A los miembros del equipo se les dio una capacitación a través de conferencias y charlas relacionadas con el marketing, el plan de marketing, impartidos por especialistas de la entidad conocedores del tema, lo que permitió una mejor preparación para enfrentar esta tarea.

Luego se evaluó que el grupo creado cuenta con los conocimientos necesarios para la realización del plan y se determinó que este se realizaría de febrero a diciembre del presente año.

Etapa II. Análisis situacional

Paso 4. Situación actual de marketing

La UEB Cubiza Holguín presenta una situación favorable, con uno de los mejores resultados entre las diferentes UEB del país, tanto económicos como integrales, lo cual se aprecia en el cumplimiento del plan al 102 % y con el valor de los ingresos de 7,022.8 MMP al cierre de noviembre de 2019. La UEB Holguín representa el 20 por ciento de la producción bruta real, es decir 7 022, 80 miles de pesos, que si se compara con las demás UEB, es la de mayor producción bruta a nivel de país.

Independiente de estos resultados se ha comprobado que existe una alta potencialidad de incremento de los ingresos y con una mayor presencia en los proyectos de izaje, recaudación del ómnibus, cursos de capacitación a terceros, reparación y mantenimiento a terceros, los que son una oportunidad de mejorar en la calidad del servicio a los clientes.

Situación del mercado

La organización tiene definida una clara segmentación del mercado, pero en sentido general pueden distinguirse tres elementos que tienden a diferenciar los clientes actuales: el sector turístico, energía y minas y construcción.

Los principales segmentos de mercado son:

Turismo: donde se encuentran el polo turístico Varadero, Yuraguanal y Pesquero, con tendencia creciente debido al incremento de la construcción de hoteles en estas zonas.

Energía y Minas: montaje y reparación de parques eólicos donde se encuentran Herradura I y II, Gibara, grupos de generación diesel y fuel oil, reparación de termoeléctricas Felton, Santa Cruz del Norte y Nuevitas, también en crecimiento.

Construcción: asentamientos de viviendas en las cabeceras municipales, así como obras de interés en los municipios, en crecimiento, sobre todo por la política del país de estímulo a la construcción de viviendas.

Entre los elementos más relevante se tiene que el sector turístico es el que más ingresos y fuerza de trabajo utiliza cumpliendo la demanda al 100 por ciento de medios y equipos necesarios para el cumplimiento de su plan de inversiones no descuidándose los trabajos en cada municipio que dan respuesta a los proyectos de desarrollo local.

Al observar las ventas totales real hasta el mes de noviembre de los años 2018 y 2019, el mayor por ciento del plan de ventas se centra en la UEB Holguín, siendo un mercado en potencialidades aun por explotar, se sobrecumplen los ingresos con relación a lo planificado con una gran influencia del nuevo

equipamiento. Al cierre de noviembre de 2019 con respecto al cierre de noviembre de 2018, es la más representativa con el 129 por ciento.

Por sectores las ventas se comportan prácticamente de forma similar, quedando en primer orden el sector del turismo con un 65 por ciento, luego el sector de energía y minas con un 25 por ciento y por último el de la construcción con un 10 por ciento.

Situación de los servicios

La cartera de servicios está formada por:

- ✓ Alquiler de equipos de construcción y complementarios; de alquiler de transporte especializado mediante el uso de semirremolque bajo de grandes pesos; de alquiler de grúas de izaje, así como de otros equipos mecanizados, medios y accesorios de izaje; de alquiler de equipos de perforación para cimentaciones; de montaje y desmontaje de grúas torre; en pesos cubanos y pesos convertibles. Este servicio representa el 85 por ciento de las ventas totales
- ✓ Reparación y mantenimiento a equipos de construcción y complementarios, así como a grúas de izaje y otros equipos mecanizados, medios y accesorios de izaje y equipos de perforación, en pesos cubanos y pesos convertibles. Con un 5 por ciento de las ventas
- ✓ Asistencia técnica, proyectos de izaje, consultoría y asesoría en la explotación de medios y equipos de construcción, complementarios, izaje y perforación, en pesos cubanos. Representa el 5 por ciento de las ventas
- ✓ Servicio de capacitación y formación en los oficios básicos. Representa el 5 por ciento de las ventas.

Situación competitiva

Los principales competidores son:

- ✓ Firmas extranjeras como la Womy
- ✓ Empresas del Níquel como Che Guevara, René Ramos Latour
- ✓ Empresas del Minaz (Ministerio del azúcar)
- ✓ Empresas Micons (Ministerio de la Construcción), tales como ECOI-16, ECOI 17.

A continuación, se hace una valoración donde se refleja la situación de los principales competidores con respecto a la UEB Holguín:

- ✓ Las firmas extranjeras en específico la Womy, cuentan con equipamiento con tecnología de punta y alta capacidad de izaje y transportación.
- ✓ Las empresas del Níquel como Che Guevara, René Ramos Latour, las empresas del Minaz y las empresas del Micons como ECOI-16, ECOI 17, han adquirido equipamiento específico de izaje para el cumplimiento de su plan de inversiones y obras seleccionadas, lo que las hace fuerte en ese sentido y aunque su misión no es el izaje ahora pueden realizarlo y lo convierte en competidores de la UEB.

Se considera que el más fuerte es la Womy por la ventaja de adquirir en el exterior medios de izaje de alta tecnología. Los otros tienen una situación competitiva inferior a la Womy ya que estos dependen de un plan de inversiones controlados por el país. También se pudo verificar que la UEB Cubiza Holguín

constituye un ente importante en la prestación de servicios de izaje, siendo la rapidez y la eficiencia las dos principales cualidades de un servicio cualquiera para los clientes entrevistados, seguidos por la efectividad, la experiencia, la seguridad y la conformidad con el contrato. Percepción sobre los precios Los precios se fijan teniendo en cuenta el sistema Precons II, los que se entienden que se deben reevaluar, las cuales pertenecen al año 1980 donde los componentes formadores a estas tarifas los precios difieren a los actuales, esto constituye para la empresa un déficit de producción.

Análisis externo e interno de la empresa

Tabla 2

Listado de los factores externos claves

Amenazas	Oportunidades
A1. La compra de equipos y medios de izaje de clientes importantes para auto suministrarse el servicio.	O1. Política del gobierno en priorizar construcciones, remodelaciones de obras sociales, programas de la vivienda.
A2. Acciones de la competencia para ampliar sus capacidades mediante la adquisición de nuevos equipos.	O2. Crecientes necesidades del servicio de izaje en inversiones del polo turístico
A3. Reducción de las importaciones al país producto de la crisis financiera.	O3. Aumento de mercado en el municipio Moa.
A4. Restricciones de las asignaciones de combustible para la prestación del servicio.	O4. Aumento del mercado en MLC en el polo turístico de Pesquero.
A5. Morosidad en los trámites de las empresas importadoras y exportadoras.	O5. Mejor organización de los presupuestos para las obras o inversiones de los clientes.
A6. Difícil acceso a alternativas de financiamiento para nuevas inversiones.	

Fuente: elaboración propia

Tabla 3

Listado de los factores internos claves

Debilidades	Fortalezas
D1. Déficit de equipamiento auxiliar en el área mecanizada.	F1. Amplia infraestructura de distribución en brigadas de izaje.
D2. Equipamiento insuficiente para dar respuesta a la solicitud de servicios.	F2. Especialización y gran experiencia en la actividad.
D3. Dificultades en la adquisición de los recursos necesarios para el mantenimiento y la solución de los equipos productivos.	F3. Cartera de productos/servicios favorable respecto a la competencia (incremento de realización de los proyectos de izaje y capacitación a terceros).
	F4. Amplio reconocimiento en el territorio nacional como proveedor de los servicios de elevación y colocación de

D4. Equipos con más de 25 años de explotación.	<p>F5. Se posee el mayor servicio de alto tonelaje del territorio.</p> <p>F6. Personal joven y calificado incorporado a la organización.</p> <p>F7. Experiencia y profesionalidad de los operadores y mecánicos.</p> <p>F8. Equipamiento tecnológico de avanzada.</p> <p>F9. Certificación del SGC.</p> <p>F10. Poder ofrecer el servicio de preparación en oficios básicos a terceros.</p> <p>F11. Diversificación de la producción con la existencia de equipamiento de movimiento de tierra de tecnología de punta.</p>
--	--

Fuente: elaboración propia

Análisis de temas claves

En esta sección se verán los elementos que resaltan en el análisis externo e interno realizado anteriormente para definir las principales cuestiones que deben dirigir el plan, el establecimiento de objetivos y las estratégicas y tácticas

- ✓ La planificación del marketing y posterior organización y control demandan personal especializado que no existe actualmente en la organización, por lo que se impone la capacitación de al menos tres especialistas designadas en la gestión del marketing en las nuevas tendencias
- ✓ Para elevar la competitividad será necesario trabajar en la construcción del perfil de la organización en Facebook y Twitter, así como utilizar adecuadamente la plataforma diseñada por la Empresa para la Gestión Comercial
- ✓ Realizar un video promocional con la imagen corporativa para la promoción de los servicios con alusión a la imagen actual de la organización

Etapa III. Definición de objetivos, estrategias y acciones

Paso 6. Definición de los objetivos

A continuación, se exponen los objetivos estratégicos para el 2020-2023 que responden a los análisis antes realizados.

1. Lograr un incremento del 3 por ciento de los ingresos de la UEB Cubiza Holguín.
2. Elevar la satisfacción de los clientes, evaluado frecuentemente a través de encuestas.

3. Lograr mayor conocimiento en el mercado, de la cartera de servicios que presta la UEB Cubiza Holguín.
4. Lograr un posicionamiento en el sector de la construcción por la calidad de los servicios prestados.

Paso 7. Definición de las estrategias

Tabla 4

Estrategias de la UEB Cubiza Holguín para el plan de marketing

Objetivos	Estrategias
1. Lograr un incremento del 3 por ciento de los ingresos de la UEB Cubiza Holguín.	Desarrollar el mercado teniendo en cuenta las oportunidades que da el municipio Moa. Perfeccionar el sistema de negociación y contratación.
2. Elevar la satisfacción de los clientes, evaluado frecuentemente a través de encuestas a estos.	Realizar estudios de satisfacción al cliente de manera periódica.
3. Lograr mayor conocimiento en el mercado, de la cartera de servicios que presta la UEB Cubiza Holguín.	Desarrollar actividades promocionales. Desarrollar un perfil de negocios en Facebook y Twitter. Utilizar adecuadamente la plataforma diseñada por la empresa para la gestión comercial.
4. Lograr un posicionamiento en el sector de la construcción por la calidad de los servicios prestados.	Continuar implementando servicios de izaje que favorezcan la posición privilegiada que tiene la UEB Cubiza Holguín frente a sus competidores, haciendo énfasis en la calidad y profesionalidad de los servicios prestados.

Fuente: elaboración propia

Paso 8. Definir el plan de acción

Tabla 5

Plan de acción para elevar un 3 por ciento los ingresos mediante el posicionamiento de la UEB Cubiza Holguín.

Plan de acción	Responsable	Fecha de Cumplimiento
Realizar un estudio de mercado en el municipio Moa, para identificar oportunidades de mercado.	Miembros del grupo	Marzo 2020
Realizar visitas promocionales a los mercados potenciales del municipio Moa.	Miembros del grupo	Trimestral
Establecer contratos con los mercados potenciales.	Especialista Principal Operaciones y Asesor Jurídico	Trimestral

Rediseñar el sistema de contratación de la organización.	Asesor Jurídico	Abril 2020
Realizar actividades de capacitación en temas de negociación y contrato.	Especialista Principal Operaciones y Asesor Jurídico	Trimestral
Capacitar a los jefes de brigada en temas de contratación y negociación.	Especialista Principal Operaciones y Asesor Jurídico	Trimestral
Diseñar una herramienta (encuesta) de medición de satisfacción de los clientes.	Miembros del grupo	Trimestral
Evaluar la satisfacción de los clientes con la periodicidad que establece el Procedimiento de Prestación de Servicios.	Especialista Principal Operaciones	Semestral
Mejorar la imagen corporativa utilizando imágenes de promoción de los servicios afines al objeto social.	Miembros del grupo	Abril 2020
Realizar impresión de gigantografías, pegatinas y rótulos.	Especialista de Gestión de la Calidad	Abril 2020
Realizar un video promocional que contenga los servicios que brinda la UEB Cubiza Holguín, contando con un perfil que permita divulgar las potencialidades reales que brinda hoy la organización.	Miembros del grupo	Enero 2020
Participar en los espacios publicitarios que vayan apareciendo en la radio y la televisión del territorio.	Miembros del grupo	Semestral
Diseñar el perfil de la organización en Facebook y Twitter.	Miembros del grupo	Junio 2020
Arrendar un espacio publicitario en las páginas amarillas de Etecsa.	Miembros del grupo	Abril 2020
Fortalecer la participación en ferias y eventos de intercambio comercial y científicos en el territorio.	Miembros del grupo	Trimestral
Capacitar a los trabajadores, priorizando el tema del manejo de las herramientas propias del marketing y las técnicas de trabajo en equipo.	Miembros del grupo	Semestral
Realizar estudios de posicionamiento en el mercado.	Miembros del grupo	Trimestral
Comunicar el posicionamiento por calidad de los servicios prestados a que aspira la organización.	Miembros del grupo	Trimestral

Fuente: elaboración propia

Tabla 6

Presupuesto de gastos de la organización

No	Actividades	Cantidad	U/M	Importe CUC	Importe CUP
1	Realización de video promocional.	1			30 000.00
2	Impresión de gigantografías de la organización.	8	u	1972.00	1199.43
3	Compra de pinturas	48	gl	503.39	1841.75
4	Confección de pares de pegatina.	14	u	2.16	1.37
5	Confección de pares de rótulos.	56	par	166.88	100.24
6	Participación en ferias y eventos.				

Fuente: elaboración propia

Etapa IV. Definición del sistema de control

Paso 9 Definir sistema de control

Se definió el sistema de control para el plan de marketing que se muestra en la tabla siguiente:

Tabla 7

Sistema de control para el plan de marketing

Acción	Fecha de Cumplimiento	Responsable
Presentar informe al consejo de dirección de los resultados comerciales obtenidos.	Mensual	Especialista de Gestión de la calidad
Controlar las acciones de promoción evaluando su impacto en los servicios.	Mensual	Especialista de Gestión de la calidad
Evaluación de la satisfacción de los clientes altos consumidores de los servicios comercializados por la UEB Cubiza Holguín.	Semestral	Especialista de Gestión de la calidad
Controlar el impacto de los seguidores en las redes sociales con la revisión directa de las mismas e informar.	Semanal	Especialista de Gestión de la calidad
Auditoría anual al cumplimiento del plan.	Anual	Director

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

1. El estudio bibliográfico realizado permitió conocer que la forma de concepción del marketing ha ido evolucionando a lo largo de los años, diversos autores proponen sus conceptos en cuanto a la mercadotecnia y a pesar de existir una gran variedad de definiciones todos coinciden que la satisfacción de las necesidades y deseos de los clientes es la variable esencial en cada una de sus propuestas.

2. La aplicación del plan de marketing permitirá elevar los actuales niveles de ingresos de la organización, sustentada en la promoción, donde se incluye la realización de un video promocional.
3. Las estrategias fundamentales están dirigidas a posicionar los servicios que ofrece la UEB Cubiza Holguín como la calidad en los proyectos de izaje.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMA. (1985). American Marketing Association. *Definition-of-Marketing*.
<https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/>.
- Díaz Garayalde, Sayli. (2018). *Plan de Marketing para el bufete colectivo Nro. 3 del municipio de Holguín*. (Tesis de fin de curso), Universidad de Holguín, Cuba.
- Guardiola Corral, Verónica y Guerrero Serón, Carlos. (2002). *Marketing para Pymes: Plan de Marketing* (López Nieto, Daniel Ed. Programa de Nuevas tecnologías de la Información y de la Comunicación del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte ed.), ISBN: 84-369-3574-8.
- Hernández Ochoa, Alcides. (2019). *Plan de marketing para la empresa Cubaron Holguín* (Trabajo de fin de máster). Universidad de Holguín, Cuba.
- Hernández Ruiz, Alma. (2004). *Dónde nos encontramos. Marketing en Cuba*, 3, 7-8,
- Kotler, Philip. (2001). *Dirección de mercadotecnia, Análisis, Planeación, Implementación y Control* (Octava ed.): Pearson Educación.
- Lambin, J.J. y Peeters, R. (1981). *La gestión de Marketing*. Madrid: ICE.
- Monferrer Tirado, Diego. (2013). *Fundamentos de marketing* (Centrals, Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions Campus del Riu Sec. Edifici Rectorat i Serveis Ed. Primera edición ed.), ISBN: 978-84-695-7093-7.
- Muñiz González, Rafael. (2008). *Marketing en el siglo XXI* (Segunda edición ed.): Editorial Centro de Estudios Financieros.
- Muñiz González, Rafael. (2017). *El Marketing del Siglo XXI. "Colección digital sobre temas de Marketing"*, Volumen 1, 337.
- Stanton, William J. (1970). *Fundamentos de marketing*. España: McGraw-Hill.