

El Buzón de Pacioli

Revista del Departamento de Contaduría y Finanzas publicada por el Instituto Tecnológico de Sonora

IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE

UN PILAR EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

LA IMPORTANCIA DEL CONTROL INTERNO

**EN LOS INVENTARIOS
DE LAS MICRO EMPRESAS**

PROPUESTA INTEGRAL DE ESTRATEGIAS

**A LA LOCALIDAD DE
SAN JOSÉ DE BACUM PARA
POTENCIAR EL DESARROLLO**



ITSON

EDITORIAL

El Buzón de Pacioli

Instituto Tecnológico de Sonora

Dr. Isidro Roberto Cruz Medina
Rector

COMITÉ EDITORIAL

EDITOR GENERAL

María Elvira López Parra

COMISIÓN EDITORIAL

Mtra. Yara Candazuri Aguilera

Mtra. Zulema Corral Coronado

Mtro. Moises Rodríguez Echevarría

Mtro. Oswaldo Alberto Madrid Moreno

COMISIÓN DE DIFUSIÓN Y RELACIONES

Mtra. Nora Edith González Navarro

Mtra. Nereida Aceves López

Mtro. Rodolfo Valenzuela Reynaga

ARBITROS INTERNOS

Mtra. Nora Edith González Navarro

Mtra. Nereida Aceves López

Mtra. Mirna Chavez Rivera

Dr. Ma. Trinidad Álvarez Medina

Mtra. Zulema Corral Coronado

Mtra. Yara Landazuri Aguilera

Mtro. Rodolfo Valenzuela Reynaga

Mtro. Sergio Aharon Moreno Velarde

Mtra. Blanca Ochoa Jaime

Mtra. Ma. Elvira López Parra

Mtra. Ma. Dolores Moreno Millanes

Mtra. Cristina Castillo Ochoa

ARBITROS EXTERNOS

Dr. Luis Ramón Moreno

Universidad Autónoma de Baja California

Mtra. Lorena Vélez García

Universidad Autónoma de Baja California

Mtra. Norma Aguilar Morales

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Mtra. Edith Georgina Súrdez

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Mtra. Ma. Carmen Sandoval Caraveo

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Mtro. José Luis Rivera Martínez

Instituto Sonorense de Contadores Públicos

Mtro. Gabriel Rueda Delgado

Universidad Javeriana, Bogotá Colombia

Mtra. Ruby González Ascencio

Universidad Autónoma del Carmen, Campeche

Dra. Aida Alvarado Borrego

Universidad Occidental, Sinaloa

Dra. Ana Virginia del Carmen Maldonado Alcudia

Universidad Occidente, Sinaloa

Dra. Mónica Velarde Valdez

Universidad Occidente, Sinaloa

Dra. Laura Esther Jiménez Ferretiz

Universidad Autónoma de Tamaulipas

DISEÑO EDITORIAL

Ebba Isabela Escareño Alvarez

En diferentes artículos y espacios empresariales han publicado que la falla en la micro y pequeña empresa, radica en la ausencia de controles internos que le permita llevar un manejo eficiente de sus operaciones resultando en una disminución de sus costos, control del inventario y aumento en la calidad del servicio que se le da a sus clientes.

Las organizaciones gubernamentales así como instituciones independientes, han apostado al seguimiento y control de este sector de la economía, con la finalidad de crear las estrategias inteligentes para su desarrollo y consolidación, pues constituyen mas del 90% de las unidades económicas en México, son un motor dinámico en nuestra economía y requieren del apoyo de todos los frentes (político, económico, ambiental, social) para su crecimiento.

María Elvira López Parra
Profesor investigador del
Instituto Tecnológico de Sonora

- 2 Editorial
- 3 Índice
- ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN**
- 4 Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas.
IMPORTANCE OF QUALITY CUSTOMER SERVICE FOR THE PERFORMANCE OF COMPANIES
- 14 La importancia del control interno en los inventarios de las micro empresas.
THE VALUE OF INTERNAL CONTROL IN THE SMALL BUSINESS'S INVENTORIES
- 21 Propuesta integral de estrategias a la localidad de San José de Bacum para potenciar el desarrollo.
PROPOSED COMPREHENSIVE STRATEGIES IN SAN JOSE BACUM TO PROMOTE DEVELOPMENT

EL BUZÓN DE PACIOLI, Año XIII, No. 82, Julio-Septiembre 2013, es una publicación trimestral editada y publicada por el Instituto Tecnológico de Sonora, a través del Departamento de Contaduría y Finanzas, con domicilio en 5 de Febrero 818 Sur, Col. Centro, Ciudad Obregón, Sonora, México, Tel. 410-0921, <http://www.itson.mx/Pacioli>, Editor responsable: María Elvira López Parra, mariaelvira.lopez@itson.edu.mx, Reservas de Derechos al Uso Exclusivo en trámite, ISSN 1870-5839, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Impresa por Taller Gráfico del Instituto Tecnológico de Sonora, con domicilio en 5 de Febrero #818 Sur Col. Centro, C.P. 85000 Cd. Obregón, Sonora, México, este número se terminó de imprimir el 30 de Septiembre de 2013 con un tiraje de 500 ejemplares.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización del Instituto Tecnológico de Sonora.

IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LAS EMPRESAS

IMPORTANCE OF QUALITY CUSTOMER SERVICE FOR THE PERFORMANCE OF COMPANIES

Gisell Solórzano Barrera, Alumna del programa de Lic. en Contaduría Pública, ITSON, gris_088@hotmail.com

Jesús Nereida Aceves López, Mtra. de tiempo completo del Depto. de Contaduría y Finanzas ITSON, jnaceves@itson.mx

RESUMEN

La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos primordiales que se deben cumplir dentro de cada una de las empresas; sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, deben demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en esta área, ya que al ser la primera imagen que se da a los clientes ayuda a mantenerse en la preferencia de los mismos, y si se llega a alterar pueden convertirse en una amenaza. Más sin embargo, en muchas ocasiones puede llegar a ser empleado por las organizaciones incorrectamente, afectando tanto al desarrollo y crecimiento de las mismas, por lo cual, principalmente se debe definir la importancia de dicho servicio al cliente, para poder estructurar adecuadamente la forma más óptima de llevarlo a cabo.

Palabras clave: Calidad, Servicio, Cliente, Importancia, Empresas, Atención

ABSTRACT

The quality customer service is one of the key points that must be met in each of the companies; regardless of the size, structure and nature of its operations, must demonstrate the ability to work in this area, since being the first image given to help customers stay on the preference of the same, and if you get to change can become a threat. More however, often can be employed by organizations incorrectly, affecting the development and growth of the same, for this, mainly to define the importance of the customer service, in order to properly structure the most optimal way of doing so.

Keywords: Quality, Service, Customer, Importance, Companies, Attention

INTRODUCCIÓN

La calidad en el servicio al cliente no es un tema reciente dentro de las empresas, ya que desde siempre los clientes han exigido el mejor trato y la mejor atención al adquirir un producto o servicio, seguido de la confiabilidad, calidad, tiempos razonables, precios, y constante innovación por parte de las mismas, por lo cual cada una de las organizaciones se han visto a la tarea de buscar diversas alternativas para enriquecer dichas exigencias.

Actualmente, existe una gran y ardua competencia entre las empresas por ser el primero en obtener la atención del cliente, mismo que puede llegar a tardar un largo proceso para convertirse en un cliente principal, consistiendo en frecuentes visitas a la entidad, o bien, de varias adquisiciones del producto que se ofrece, dependiendo del giro de la empresa; pero que a su vez, puede bastar con solo un minuto de romper las políticas establecidas para la calidad en el servicio, para perder ese cliente y que este opte por ir hacia la competencia. Por lo anterior, no se debe perder el objetivo de cumplir con la satisfacción al cliente, y cuidar celosamente de ellos, procurando mantener un juicio razonable y mostrando siempre una buena imagen de la empresa.

Por los puntos planteados anteriormente, se cree que cada empresa debe darse a la tarea de conocer temas estratégicos sobre la calidad del servicio al cliente, para poder desempeñarla correctamente dentro de la misma y ampliar su cartera de clientes, gracias a la creación de una imagen más óptima y seguido del aumento de recomendaciones, desarrollando un ambiente más confortable tanto para sus empleados, clientes actuales y futuros clientes.

DESARROLLO

Para poder familiarizarse con la calidad en el servicio al cliente, es primordial conocer los conceptos básicos del tema, por ello se mencionan a continuación:

CALIDAD:

“Representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios“(Álvarez, 2006).

SERVICIO:

“Es un medio para entregar valor a los clientes, facilitando los resultados que los clientes quieren conseguir sin asumir costes o riesgos específicos” (Bon, 2008).

CALIDAD EN EL SERVICIO:

Según Pizzo (2013) es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.

CLIENTE:

“Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios” (Thompson, 2009).

ATENCIÓN AL CLIENTE:

“Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (Blanco, 2001, citado en Pérez, 2007, p.6).

CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE:

“Representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa” (Blanco, 2001, citado en Pérez, 2007, p.8).

OBJETIVO

El servicio al cliente forma parte de la mercadotecnia intangible, ya que este no se siente al simple tacto, pero bien, se llega a apreciar; tiene como objetivo, según menciona Kleyman (2009) el manejo de la satisfacción a través de producir percepciones positivas del servicio, logrando así, un valor percibido hacia nuestra marca.

Así mismo, concierne al constante mejoramiento en el servicio al cliente, debido a que la cultura en las organizaciones se ha ido modernizando conforme lo requiere el entorno, al pasar de poner en primer plano las necesidades del cliente que las necesidades de la propia empresa. Según Álvarez (2006) se enlistan una serie de objetivos o metas alcanzar:

- Cumplir las expectativas del cliente y despertar en él nuevas necesidades.
- Reducir o eliminar al máximo los defectos que se producen a lo largo del proceso productivo.
- Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes.

- Disfrutar de una categoría empresarial que aspira siempre a la excelencia.

IMPORTANCIA

El servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más exista, los clientes tienen mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismos son quienes tendrán la última palabra para decidir. La importancia se puede guiar por los siguientes aspectos, mencionados por Anónimo (2013):

La competencia es cada vez mayor, por ende los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado.

Los competidores se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación.

Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido.

Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores.

Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos.

Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que nos recomiende con otros consumidores.

Es primordial tomar en cuenta dichos aspectos, ya que si se logran entender adecuadamente cada uno de ellos y, aplicarlos de la manera correcta se logrará tener una ventaja competitiva.

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO DE CALIDAD

Según Anorte (2013), algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes:

- Debe cumplir sus objetivos
- Debe servir para lo que se diseñó
- Debe ser adecuado para el uso
- Debe solucionar las necesidades
- Debe proporcionar resultados

Así mismo, existen otras características más específicas mencionadas por Paz (citado en Verdú, 2013), las cuales estarán a cargo del personal que labora en las entidades, ya que son habilidades necesarias, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes, estas pueden ser:

- Formalidad: honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad
- Iniciativa: ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.
- Ambición: tener deseos inagotables por mejorar y crecer; es decir, tener afán de superación.
- Autodominio: tener capacidad de mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida.
- Disposición de servicio: es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al

cliente de forma entregada y con dignidad.

- Don de gentes: tener capacidad para establecer relaciones calidad y afectuosas con los demás, y además, disfrutarlo.
- Colaboración: ser una persona que gusta de trabar en equipo, le agrada trabajar con otros para la consecución de un objetivo en común.
- Enfoque positivo: es la capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo.
- Observación: es la habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo.
- Habilidad analítica: permite extraer lo importante de lo secundario, descomponer un discurso o problema en partes, para poder analizar cada una de las ideas principales y, en función de ese análisis, ofrecer una solución global.
- Imaginación: es la capacidad de generar nuevas ideas y, de ofrecer alternativas al abordar una situación.
- Recursos: tener el ingenio y la habilidad para salir airoso de situaciones comprometidas.
- Aspecto externo: es la importancia de una primera impresión en los segundos iniciales para crear una buena predisposición hacia la compra en el cliente.

Lo anterior son términos que describen características positivas y deseables en el servicio y la atención ofrecida por un negocio (sin importar el giro que éste tenga) y, que puede ser entendido como se muestra a continuación:

- Impacto de la calidad en el servicio
- Niveles de exigencias

La importancia de cubrir con la mayoría de las características mencionadas anteriormente, radica en que la calidad del servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de compra por dos razones:

La competencia es cada vez mayor y atrae al cliente mediante una diversidad de servicios que añaden valor al producto que se ofrece.

Se ha pasado del consumidor que favorecía los productos que estaban disponibles y eran de bajo coste, a un público más selectivo y mejor informado que puede elegir entre multitud de ofertas y servicios diferentes.

La actitud del cliente respecto a la calidad del servicio cambia a medida que va conociendo mejor el producto y mejor su nivel de vida. En un principio, suele contenerse con el producto base, sin servicios, y por lo tanto, más barato.

Poco a poco, sus exigencias en cuanto a calidad aumentan hasta terminar deseando lo mejor. No comprender este hecho ha llevado al fracaso de algunas empresas, que se han dado cuenta muy tarde del error cometido.

PRINCIPIOS DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Como principios de la atención al cliente se establece que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora. Toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente. Esta satisfacción debe garantizarse en cantidad calidad, tiempo y precio. Las exigencias del cliente orientan la estrategia de la empresa con respecto a la producción de bienes y servicios. El diseño del servicio que se realiza debe satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, además de garantizar la competitividad de la empresa de forma tal que pueda permanecer en el mercado. Las empresas deben reducir la diferencia entre la realidad de su oferta (productos o servicios) y las necesidades y preferencias del

cliente. El servicio se le brinda no a un cliente indistinto sino a una persona (grupo) específico y como tal debe tratarse. Esto permite la personalización de la atención a los clientes que los hace sentirse especiales. La política de atención al cliente va acompañada de una política de calidad. El cliente tiene derecho a conocer qué puede esperar del servicio brindado por la empresa.

La calidad en la atención al cliente debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos que involucren a todas las personas de la empresa. Así cada empresa desarrolla su propia estrategia de calidad de servicios teniendo en cuenta el sector en el que opera y el tipo de negocio que desarrolla. Para cada segmento de mercado debe diseñarse el nivel de servicio más adecuado, ya que no siempre un único diseño de servicio al cliente es capaz de satisfacer todos los segmentos de mercado que debe atender la empresa.

PROTAGONISTAS DE LA CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Una forma de visualizar a los protagonistas de la calidad en la atención al cliente es el modelo del triángulo del servicio de Albrecht y Zemke (citado en Pérez, 2007); quienes consideran útil pensar en la organización y el cliente como aspectos íntimamente vinculados en una relación triangular, representada por la estrategia de servicio, la gente y los sistemas, los cuales giran alrededor del cliente en una interacción creativa.

Esta relación, más que una estructura constituye un proceso, que obliga a la organización a incluir al cliente en la concepción del negocio. El modelo se muestra a continuación:



El triángulo del servicio (Fuente: Albrecht y Zemke, 1990)

Las relaciones entre los componentes del triángulo se caracterizan porque la línea que conecta la cliente con la estrategia de servicio representa la importancia de establecer la estrategia de servicio alrededor de las necesidades y motivos esenciales del cliente. La línea que va de la estrategia de servicio al cliente representa el proceso de comunicar la estrategia al mercado. La que conecta al cliente con la gente de la organización constituye el punto de contacto, de interacción, donde se presta y se recibe el servicio. Es aquí donde se plantea la posibilidad de superar los momentos críticos en la interacción con los clientes. La línea que conecta al cliente con los sistemas ayuda a prestar el servicio, pues incluye los procedimientos y equipos de trabajo.

La conexión entre la estrategia de servicio con los sistemas sugiere que el diseño y despliegue de los sistemas físicos y administrativos se debe deducir de la definición de la estrategia de servicio. La línea que une una estrategia del servicio y gente sugiere que las personas que prestan el servicio necesitan disfrutar de una filosofía de calidad definida por la dirección. Finalmente, la línea que conecta la gente con los sistemas sugiere que todas las personas de la organización, desde la alta dirección hasta los empleados de contacto con el público, deben trabajar dentro de los sistemas que establecen la forma de dirigir el negocio.

ESTRATEGIA

La estrategia incluye las políticas o lineamientos generales de la empresa dirigidos hacia el cliente.

Generalmente, es diseñada por el departamento de marketing y su principal función es orientar a toda la empresa hacia la calidad de la atención al cliente. Según Pérez (2007) en la estrategia de servicio se define el valor que se desea para los clientes; el valor es el principal motivador de la decisión de compra y por lo tanto como la posición competitiva que se sustentará en el mercado.

La estrategia de orientación al cliente se caracteriza por la preocupación de adaptar la oferta de la empresa a las necesidades y deseos del cliente, por el esfuerzo en adaptar la oferta a las necesidades y deseos del cliente para satisfacerlos, por el ajuste de los productos para que se adapten o anticipen a las expectativas de los clientes y por obtener la máxima calidad en la atención al cliente preocupándose de recibir una retroalimentación constante de los consumidores y usuarios.

Asimismo, sirve de guía a toda la empresa para alcanzar el conocimiento de los clientes y la excelencia en la prestación del servicio, además de permitir tomar en consideración las sugerencias y quejas de los clientes como una oportunidad de mejor permanente.

La puesta en práctica de una estrategia de orientación al cliente requiere, en principio, el ajuste de la política general de la empresa y los procedimientos de trabajo a una nueva forma de vincularse con los clientes. Deben consolidarse las políticas y los procedimientos de las distintas áreas de la empresa y enfocarlas a reforzar las prácticas de calidad del servicio. Este punto es muy importante dado que debe favorecer la agilidad de respuesta y el adecuado control de los recursos utilizados en la entrega de los servicios. De esta forma, el objetivo primordial de la estrategia debe ser la causa de una impresión favorable en el cliente cada vez que entre en contacto con algún sector de la empresa. Esto nos lleva a abandonar la idea de que la función de la atención al cliente permanece a un departamento dentro de la empresa y dirige los esfuerzos a involucrar a todos los que forman parte de la organización.

La estrategia de servicio debe estar concebida de tal manera que oriente la atención de la gente de la organización hacia las prioridades reales del cliente. Debe convertirse en principio de calidad para cada trabajador, de tal forma que aún cuando un trabajador no esté en contacto directo con el cliente conoce el funcionamiento de los servicios y participa del resultado que percibe el cliente. Esto se logra al fomentar una visión global de la empresa en los trabajadores, permitiéndoles que conozcan el funcionamiento de todas las unidades o departamentos, los resultados de su trabajo y el impacto que tiene en la imagen que percibe el cliente.

LOS SISTEMAS

El sistema de prestación de servicio hace referencia a los recursos que utiliza un empleado en la atención al cliente. Incluye el diseño de los sistemas de operación, tanto de la línea frontal de atención a los clientes como de las tareas de soporte y apoyo a los frentes de contacto con el cliente.

Los sistemas dirigidos hacia el cliente satisfacen sus necesidades y expectativas. Suelen estar disponibles y facilitan la compra de los productos o servicios. Si existe algún obstáculo se elimina para garantizar el éxito de la atención al cliente.

Los sistemas de excelencia en el servicio cuidan especialmente la información que se proporciona a los clientes, por ello es importante que los clientes obtengan toda la información que necesitan de una única fuente en la empresa. Así, se debe evitar que los clientes tengan que repetir su solicitud muchas veces ante los empleados de la empresa sin obtener una respuesta.

Es recomendable que cuando se proporcione información a los clientes se haga correctamente, sobre todo si se trata de los aspectos técnicos de un producto o servicio. Además, el tiempo de prestación de servicio es una cualidad de los sistemas efectivos de atención al cliente. De esta forma, el cliente desea acceder al servicio de una forma rápida, sencilla y cómoda.

LA GENTE

En una empresa con calidad de servicio se espera que los trabajadores conozcan su trabajo, se disponga de un trato agradable y satisfagan las necesidades del cliente.

Algunos de los factores clave que contribuyen a que los trabajadores sean afectivos en la atención al cliente son la existencia de buena autoestima, pues es importante que las personas que atienden a los clientes se sientan bien consigo mismas para transmitir confianza en el trato de habilidad sociales, ya que la gente que presta servicio debe comunicarse eficazmente con los clientes, ser respetuosa y educada, y de tolerancia el contacto frecuente, debido a las sucesivas interacciones entre trabajadores y clientes.

LOS TRABAJADORES Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE

En una organización dirigida al cliente, ésta constituye la base para definir el negocio, que existe para brindarle sus servicios y atender sus necesidades. De esta forma, el personal responsable de su atención se convierte en un elemento fundamental para conseguir este objetivo.

Los directivos de las organizaciones deben estimular y ayudar a los empleados para que mantengan su atención centrada en las necesidades del cliente, logrando que adquieran un buen nivel de sensibilidad, atención y voluntad de ayudar, y que infundan en los clientes el deseo de contar su experiencia a otras personas y de volver por la empresa.

El propósito de la organización dirigida hacia el cliente es ser el soporte de los esfuerzos que debe realizar los empleados para cumplir con la calidad de servicio exigida. Las personas aportan la diferencia, es decir, el factor humano es el recurso más importante.

Para brindar una excelente atención, se requiere que los trabajadores pongan en práctica habilidades técnicas relacionadas con su trabajo, como el conocimiento de los productos y servicios que se venden, el entorno de trabajo, procesos, procedimientos, manejo de los equipos y herramientas que se utilizan.

En las empresas orientadas al cliente los trabajadores ponen en práctica ambas habilidades, tanto las personales como las técnicas. Esto permite que la atención y el servicio sean un solo proceso.

El cliente espera calidad en la satisfacción de sus necesidades y expectativas. Las necesidades se satisfacen con productos y servicios excelentes que deben conocer con detalle los trabajadores que los ofrecen (habilidad técnica). Las expectativas se satisfacen con el trato que se les ofrece (habilidad interpersonal).

El mayor reto de las empresas es superar las expectativas, de esta forma un valor agregado tanto de la atención como del servicio al cliente. En esta fase del proceso, la atención y el servicio al cliente son un todo indisoluble.

EL COSTE DE NO DAR CALIDAD AL CLIENTE

El coste de mantener a un cliente suele ser menor que el coste de conseguir un cliente nuevo. De acuerdo con este hecho las empresas realizan un esfuerzo en sus inversiones para garantizar la calidad que ofrecen a sus clientes. Además, un cliente satisfecho se convierte en la estrategia de promoción más efectiva para una empresa ya que los comentarios de un cliente fidelizado a sus amigos, conocidos y familiares atraen a potenciales clientes que cuentan con referencias de excelencia en el servicio.

Sin embargo, aquellas empresas que no poseen una política efectiva de calidad en la atención al cliente puede encontrarse con costes efectos que incluyen aquellos gastos que debe afrontar la empresa por no satisfacer los márgenes de calidad adecuado. Otros son los costes de oportunidad, que hacen referencia a aquellos ingresos que la empresa no recibe por haber incumplido los niveles de calidad adecuados.

VENTAJAS DE ATENDER MEJOR AL CLIENTE

En el 2008 Vartuli nos muestra 15 beneficios que las empresas pueden llegar a conseguir mediante una buena atención al cliente:

1. Mayor lealtad de los consumidores, clientes y usuarios.
2. Incremento de las ventas y la rentabilidad.
3. Ventas más frecuentes, mayor repetición de negocios con los mismos clientes, usuarios o consumidores.
4. Un más alto nivel de ventas individuales a cada cliente, consumidor o usuario.
5. Más ventas, ya que los clientes satisfechos se muestran más dispuestos a comprar los otros servicios o productos de la empresa.
6. Más clientes nuevos captados a través de la comunicación boca-a-boca y, las referencias de los clientes satisfechos.
7. Menores gastos en actividades de marketing: las empresas que ofrecen baja calidad se ven obligadas a hacer mayores inversiones en marketing para “reponer” los clientes que pierden continuamente.
8. Menos quejas y reclamaciones y, en consecuencia, menores gastos ocasionados por su gestión.
9. Mejor imagen y reputación de la empresa.
10. Una clara diferenciación de la empresa respecto a sus competidores.
11. Un mejor clima de trabajo interno, ya que los empleados no están presionados por las continuas quejas de los consumidores, usuarios y clientes.
12. Mejores relaciones internas entre el personal ya que todos trabajan, unificados, hacia un mismo fin.
13. Menos quejas y ausentismo por parte del personal, por ende una productividad más alta.
14. Menor rotación del personal.
15. Una mayor participación de mercado.

CONCLUSIÓN

En la actualidad existen una gran competencia entre empresas, por ello es fundamental ampliar ventajas competitivas, para lograr permanecer dentro del “juego”; siendo la calidad en el servicio una de esas ventajas que se pueden desarrollar fácilmente, siempre y cuando se sigan tal cual las políticas de atención al cliente establecidas.

La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos clave para permanecer entre la preferencia de los consumidores, dicho que esta es la imagen que se proyecta en ellos; siendo a su vez un diferenciador ante la competencia, y es el punto decisivo en el cual dichos clientes se crean una opinión positiva o negativa sobre la organización.

Es de suma importancia darle la atención necesaria a esta área de la empresa, sin importa giro o tamaño de estas, ya que brinda una fortaleza a la entidad, para poder detectar a tiempo posibles riesgos que pueden llegar a convertirse en una amenaza, que pudieran ser irreparables.

REFERENCIAS

- Álvarez (2006). Introducción a la calidad: Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad. Primera edición. Ideas propias Editorial. España. p.p. 5.
- Aniorte, N. (2013). Servicios de Calidad. Recuperado el 29 de agosto de 2013, de la fuente: http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm
- Anónimo (2013). La Importancia de Brindar un buen Servicio al Cliente. Recuperado el 01 de mayo de 2013, de la fuente: <http://www.crecenegocios.com/la-importancia-de-brindar-un-buen-servicio-al-cliente/>
- Bon (2008). Gestión de Servicios de TI basada en ITIL V3. Primera edición. Editorial del Gobierno Británico. Reino Unido. p.p. 21
- Kleyman, S. (2009) La importancia del servicio al cliente. Recuperado el 30 de agosto de 2013, de la fuente: <http://www.cnnexpansion.com/opinion/2009/07/15/la-importancia-del-servicio-al-cliente>
- Pérez, V. (2007). Calidad Total en la Atención al Cliente: Pautas para Garantizar la Excelencia en el Servicio. Primera edición. Ideas propias Editorial. España. p.p. 6, 8-16.
- Pizzo, M. (2013). Construyendo una definición de Calidad en el Servicio. Recuperado el 29 de agosto de 2013, de la fuente: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>
- Publicaciones Vértice S.L. (2010). Atención al cliente. Editorial Vértice. España. p. p. 10.
- Publicaciones Vértice S.L. (2013). La calidad en el servicio al cliente. Editorial Vértice. España. p. p. 1, 3.
- Thompson, I. (2009) Definición de cliente. Recuperado el 30 de agosto de 2013, de la fuente: <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Vartuli, A. (2008). Ventajas de atender mejor al cliente. Recuperado el 01 de mayo de 2013, de la fuente: <http://www.serviciosyclientes.com.ar/notas/articulo.php?art=19>
- Verdú, C. (2013). 13 Características Personales para el Éxito en la Atención al Cliente. Recuperado el 30 de agosto de 2013, de la fuente: <http://clientelandia.wordpress.com/2013/03/20/13-caracteristicas-personales-para-el-exito-en-la-atencion-al-cliente/>

LA IMPORTANCIA DEL CONTROL INTERNO EN LOS INVENTARIOS DE LAS MICRO EMPRESAS

*THE VALUE OF INTERNAL CONTROL IN THE
SMALL BUSINESS'S INVENTORIES*

María Fernanda Castro Armenta, Alumna del programa de Lic. en Contaduría Pública de ITSON

Jesús Nereida Aceves López, Mtra. de tiempo completo del Depto. de Contaduría y Finanzas ITSON

RESUMEN

El presente trabajo pretende establecer la importancia y el impacto que le genera a una microempresa el establecer un control de inventarios realmente planeado y adecuado a sus necesidades; La condición actual de la economía, ha provocado un surgimiento de microempresas en el país, lo cual ha sido una fuente de sustento para los individuos ya que le permite a cada persona que posee alguna habilidad, tener la oportunidad de auto emplearse. El principal problema con las microempresas, es que no cuentan con una estructura básica y por lo general resulta imposible la implementación de un control interno debido a que las empresas desconocen sus beneficios y no hacen un esfuerzo por aplicarlos; las empresas que logran establecer una estructura tienen la oportunidad de generar información confiable y precisa; una de las principales áreas en donde las empresas tienen que tener un mayor control es en el manejo de inventarios; el manejar el control de inventarios proporciona a la empresa la capacidad de determinar y controlar los costos de producción y así proporcionar ahorros a la empresa que sistemáticamente se transforman en utilidades.

Palabras clave: microempresa, control interno e inventarios.

ABSTRACT

The present paper follows the necessity to establish the importance and impact that generates a micro establishing an inventory control really planned and appropriate to their needs, the current condition of the economy has caused a surge of microenterprises in the country, which has been a source of livelihood for individuals because it allows each person who has some skill, having the opportunity to self employed. The main problem with micro, is that they do not have a basic structure and usually impossible to implement an internal control because companies know their benefits and not make an effort to apply, companies that fail to establish a structure have the opportunity to generate reliable and accurate, one of the main areas where companies need to take more control is in the management of inventories, the inventory control handle gives the company the ability to determine and control costs production and thus provide savings to the company that systematically transform into profits.

Keywords: micro, internal control and inventory.

INTRODUCCIÓN

Al hablar de microempresas, es común pensar en descontrol, ya sea con cuestiones tan básicas como en la falta de organización o planeación estratégica, su condición sugiere en muchos casos que son incapaces de desarrollarse al tener dificultad de enfrentarse a las medianas y grandes empresas.

La creación de una microempresa puede ser el primer paso de un emprendedor a la hora de organizar el proyecto y llevarlo adelante. Al formalizar su actividad a través de una empresa, la persona cuenta con la posibilidad de acceder al crédito, sin embargo el microcrédito ha sido observado por la banca comercial tradicional como una operación de alto riesgo, lo cual ha tenido como resultado una baja oferta de recursos financieros para este importante sector de la economía nacional.

Espinoza (2009) encontró lo siguiente: cuando un microempresario requiere de un apoyo financiero para crecer, con la compra de una máquina, la adquisición de inventarios a más bajo precio, la compra de un vehículo para la distribución de sus productos, etc., se enfrenta a una serie de requisitos que muchas veces no saben cómo solventar, lo cual hace que desistan de sus propósitos de crecimiento, dejando pasar la oportunidad para tiempos mejores.

Este tipo de situación supone una barrera de entrada al mercado para el microempresario y es ahí cuando las personas que no están preparadas y sobre todo, que no cuentan con una visión y un objetivo sobre lo que esperan que sea su negocio, se ven obstaculizadas a la hora de encontrar oportunidades para crecer.

Es muy común que las microempresas en México tiendan a ser negocios familiares y esto ocasiona que estén en desventaja con las demás empresas ya que la mayoría de las compañías de tipo familiar, son administradas de forma empírica por uno o más integrantes de la familia, lo cual le roba a las empresas la oportunidad de tener una opinión objetiva del crecimiento de la empresa; teniendo en cuenta que un microempresario en la mayoría de los casos solo conoce como desarrollar su producto o servicio por lo general ignora la importancia de ver a la empresa como una entidad completa con áreas como mercadotecnia, finanzas, recursos humanos y no solo producción que si

bien por su condición de microempresa no tiene la capacidad o necesidad de desarrollar factores como recursos humanos, las demás áreas implementadas a pequeña escala pueden ser de gran ayuda para la persona al momento de operar su empresa.

Por estas razones, resulta crucial que en todas las empresas, se establezca un control interno ya que tiene la capacidad de asegurar que tan confiable es la información financiera que se genera así como ofrece una facilidad para detectar los fraudes, ayuda a la administración a evaluar que tan eficiente ha sido la empresa y sus empleados, que tantas metas han sido alcanzadas y sobretodo ofrece el mayor apoyo para la protección de los activos de la empresa.

Chapman (2006) sugiere lo siguiente: la administración de inventarios es uno de los retos más importante que enfrentan los directivos en cuestión de planificación y control sobre todo a las empresas de manufactura. Aunque técnicamente los inventarios representan un activo en el balance de la compañía, casi todos los ejecutivos contables y financieros consideran que mantenerlo implica un gasto significativo y que su misión es reducirlos al máximo.

Tomando en cuenta esto es posible concluir que si el control de los inventarios supone un desafío tan grande en la dirección de las empresas, representa un reto aun mayor para un microempresario ya que generalmente es solo una persona la que está encargada de la operación y administración del negocio que en la mayoría de los casos no está informada sobre el trato que se le debe de dar a almacén y por lo tanto se olvida de crear un sistema que potencialmente lo pudiera salvar de mermas, robo hormiga y desperdicios; Todo esto porque no se cuenta con registros, personas responsables, políticas o sistemas que le ayuden a llevar un control de inventarios.

En las empresas que se dedican a industrializar un proceso en donde se incluye materia prima, mano de obra y gastos indirectos de fabricación, si no se tienen controlados estos elementos, se ocasiona que las empresas tengan que subir sus costos, lo cual se traduce en pérdida para la empresa, ya sea, absorbiendo el costo de producción o teniendo productos que no son competitivos ante el mercado. De ahí la importancia de establecer controles internos para el rubro de inventarios.

DESARROLLO

Las microempresas, son auténticos eslabones de la producción, ya que exportan y generan la mayor cantidad de empleos, consideradas uno de los pilares en el desarrollo de la economía de un país ya que en las épocas de crisis económica, donde nadie tiene un trabajo estable, se considera que las microempresas son las que tienen una mayor probabilidad de establecerse en el mercado, ya que son formadas por personas que cuentan con distintas habilidades, que se pueden comercializar.

Méndez (2001) define a la microempresa como:

Un micro negocio o unidad económica involucrada en la producción de bienes, el comercio, los servicios, la construcción, los transportes, ya sea que las tareas se realicen en la vivienda o fuera de ella, con o sin local, y que cuente hasta con seis personas ocupadas, en las cuales incluye a dueños y a los trabajadores remunerados.

SOLFI S.A. DE C.V. (s/f) a su vez detalla a las microempresas como:

Unidades económicas de producción y comercialización a pequeña escala, que en los últimos años y debido la falta de oportunidades de trabajo bien remuneradas, se han convertido en una estrategia de supervivencia de la población mexicana y una parte fundamental de la estructura económica de algunos países de Latino América.

Tomando en cuenta estas definiciones se puede concluir que las microempresas son entidades con actividades económicas de producción, comercio, servicios, construcción o transporte que cuenten con no más de 6 trabajadores que forman una parte muy importante en las bases de la economía del país.

A la hora de poder determinar las principales ventajas que tiene una microempresa, sin duda

alguna, habría que resaltar su flexibilidad, y es que ésta permite no sólo que no cuente con una estructura rígida que impida el cometer decisiones y acciones rápidamente sino también que se adapte perfectamente al mercado y a las tendencias del mismo.

Para entender su funcionamiento, es necesario tomar en cuenta sus características específicas; este tipo de empresas son conocidas por no tener una incidencia significativa en el mercado y cuyas actividades no requieren de inversión de grandes cantidades de dinero lo cual permite que cualquier persona pueda iniciar su propia microempresa.

Bolaños (2008) considera que las microempresas tienen capacidades comunes como:

Componente familiar: la empresa familiar es aquella en que las decisiones están a cargo de una familia nuclear o extensa. Estas empresas a comparación con las no familiares presentan características especiales. Las decisiones se toman en base a la amistad o compadrazgo, lo cual le quita al proceso su objetividad.

Formalidad: la mayoría de las microempresas carecen de formalidad. La formalidad como la organización y planeación, más que el cumplimiento con los compromisos. Dentro de las empresas no tienen escritos, procedimientos, políticas ni programas.

Falta de liquidez: la mayoría de las micro y pequeña empresa sufren problemas de liquidez.

Problemas de solvencia: falta de solvencia es no tener; las micro y pequeñas empresa debido a su falta de planeación y natural optimismo tienden a hacer planes para salvar aguardar su empresa; en la gran mayoría esos planes no funcionan.

Si bien es cierto que las microempresas comparten una serie de características que las define, es necesario tomar en cuenta que cada una de estas empresas tiene necesidades diferentes que actúan como diferenciador en el mercado.

Son estas diferencias las que deben de ser tomadas en cuenta en el desarrollo de control interno de la empresa, en particular el caso de inventarios, el cual exige un trato diferente en cada empresa.

Bastos y Miguez (2006) definen a los inventarios como un recurso almacenado al que se recurre para satisfacer una necesidad actual o futura, la cual sirve para tener reservas de artículos para satisfacer las necesidades de los clientes, así como para salvaguardarse de los procesos de inflación y de los cambios de precio; además de protegerse de las roturas de inventarios producidos por productos defectuosos, el mal tiempo, fallos de suministros de los proveedores, fallos de calidad y entregas inadecuadas.

Un sistema de inventarios es un conjunto de normas, métodos y procedimientos aplicados de manera sistemática para planificar y controlar los materiales y productos que se emplean en una organización.

Este sistema puede ser manual o automatizado; para el control de los costos, elemento clave de la administración de cualquier empresa, existen sistemas que permiten estimar los costos de las mercancías que son adquiridas y luego procesadas o vendidas.

Soy entrepreneur (2009) señala algunos de los diferentes tipos de inventarios, que están basados en distintas formas de evaluar los mismos como lo siguiente:

Inventario perpetuo: Es el que se lleva en continuo acuerdo con las existencias en el almacén, por medio de un registro detallado que puede servir también como mayor auxiliar, donde se llevan los importes en unidades monetarias y las cantidades físicas.

Inventario intermitente: Es un inventario que se efectúa varias veces al año. Se recurre al, por razones diversas, no se puede introducir en la contabilidad del inventario contable permanente, al que se trata de suplir en parte.

Inventario físico: Es el inventario real. Es contar, pesar o medir y anotar todas y cada una de las diferentes clases de bienes (mercancías), que se hallen en existencia en la fecha del inventario, y

evaluar cada una de dichas partidas.

Inventario de materia prima: Representan existencias de los insumos básicos de materiales que abran de incorporarse al proceso de fabricación de una compañía.

Inventario de producción en proceso: son existencias que se tienen a medida que se añade mano de obra, otros materiales y demás costos indirectos a la materia prima bruta, la que llegará a conformar ya sea un sub-ensamble o componente de un producto terminado; mientras no concluya su proceso de fabricación, ha de ser inventario en proceso.

Inventario en tránsito: Se utilizan con el fin de sostener las operaciones para abastecer los conductos que ligan a la compañía con sus proveedores y sus clientes, respectivamente.

Es por eso que se considera fundamental el contar con un buen control de inventarios; Siempre debe de estar presente la garantía de calidad como parte de la maximización de los beneficios al usuario, al mismo tiempo que se minimizan los costos totales de inventarios, que incluyen en el suministro hasta el consumo final de los productos.

Las empresas que asumen un control de sus inventarios y que soportan los gastos que esto implica esperan una beneficio palpable que no solo se quede en inventarios, sino que les de las bases para un mejor funcionamiento en la organización.

Malagón- londoño, Galán y Pontón (2008) consideran como los principales beneficios de establecer un control de inventarios los siguientes:

Minimizar los faltantes de los productos, al proteger contra la incertidumbre tanto de suministros como la de la demanda, de tal suerte que prevé tanto excesos como agotamientos, protege en caso de consumo extraordinario por emergencias y catástrofes y en esta forma es un factor de seguridad para los pacientes.

Permite comprar de gran volumen con entregas periódicas, lo que puede conllevar a precios más bajos, disminución de intermediarios, competencia entre proveedores, además los ingresos al almacén se pueden programar a tiempo.

Así mismo Sánchez (2010) opina que los principales beneficios que proporciona el establecer un control de inventarios en las empresas son las siguientes:

- Manejo fluido y eficiente de las operaciones.
- Lleva un control específico de las operaciones de la empresa.
- Contiene una mejor estabilidad en las cargas de trabajo.
- Lleva un control de la economía de producción.
- Economías de producción con tamaño de lotes adecuados.
- Estabilización de las cargas de trabajo.

La empresa puede satisfacer las demandas de sus clientes con mayor rapidez.

Considerando esta información se puede decir que entre los principales beneficios de establecer un buen control de inventarios adecuado a la empresa se encuentra en tener la seguridad de que se va a contar los productos suficientes para abastecer la demanda, siempre se tendrá la mercancía necesaria a la mano y sobretodo potencialmente el beneficio más importante supone que al lograr establecer un control de inventarios se podrá lograr una optimización de los costos, al lograr bajar el uso de intermediarios, evitar el sobreabastecimiento o las compras mal informadas.

Sin embargo, el establecer un control de inventarios no es garantía de que será un éxito en la empresa, ya que existen factores que se tienen que considerar, como lo son las necesidades básicas de las empresas; pero entonces, ¿Cómo se puede establecer un control de inventarios que le brinde una mayor seguridad a la empresa? Esto se logra mediante el establecimiento de principios básicos en el control de inventarios.

Anaya (2006) establece que uno de los principios básicos en el control interno de almacén se basa en garantizar la exactitud entre las diferencias físicas de los productos almacenados y los registros correspondientes en el sistema de informático o administrativo correspondiente; el jefe de almacén es el custodio de la mercancía y por consecuencia, debe garantizar la integridad, seguridad y correcta disposición de los productos manejados bajo su responsabilidad.

Para garantizar lo anterior, el control interno de almacenes se apoya en los conceptos básicos:

- El principio de la documentación; según el cual no puede salir ningún producto del almacén sin estar debidamente documentado y autorizado por un responsable independiente del almacén (comercial, jefe de fabricación, entre otros.); los documentos se transportarán por teleproceso, las ordenes deben de estar debidamente documentadas, autorizadas y archivadas en el punto emisor, con una referencia numérica que figurara en el albarán de salida.
- Necesidad de auditar los inventarios, en el sentido de comprobar que las existencias físicas en almacén coinciden con el contenido de los registros administrativos.
- Recuentos periódicos; supone un recuento completo de todos los artículos, realizado habitualmente una o dos veces al año
- Recuentos cíclicos; se basa en un recuento diario selectivo de un determinado grupo de productos que previamente se han seleccionado.

Es así como los principios básicos de control interno, son cruciales, cuando se considera implementar un sistema de control interno adecuado a las necesidades de almacén de cada empresa ya que al no implementar los controles adecuados se podría cometer un error en la valuación de inventarios; al cometer error en el registro de inventarios, dependiendo si se trata de un almacén de productos terminado o de materia prima, las consecuencias generalmente son:

- Inventario excesivo en algunos artículos
- Escasez de componentes con el retraso de programas de fabricación
- Incremento de horas extraordinarias, preparación de maquinas, y costos innecesarios en la tramitación de pedidos urgentes
- Estancamiento físico de productos con riesgo de caducidad y obsolescencia
- Inexactitud de la información financiera generada
- Mala imagen para la empresa.

CONCLUSIÓN

El control del inventario es uno de los aspectos de la administración que en la micro y pequeña empresa es una de las áreas más valiosas de la empresa y sin embargo también es una de las áreas más descuidadas de la misma ya que no se cuenta con registros fehacientes, un responsable, políticas o sistemas que ayuden a las personas a registrar correctamente las entradas y salidas de almacén, con la finalidad de determinar un costo.

Para las microempresas, es importante evaluar de una manera integral si es conveniente el implementar un control interno en inventarios ya que representa un desembolso y a su vez, la creación de nuevos hábitos en la empresa que deben de ser mantenidos a través de las operaciones diarias de esta. Es así como el lograr implementar un control interno puede representar una inversión inicial muy fuerte, pero a la larga se convertirá en resultados mediante el aprovechamiento de una mejor implementación de costos, que le permite a la empresa tener precios competitivos dentro del mercado.

En todos los giros resulta de vital importancia el control de inventarios, dado que su descontrol se

presta no sólo al robo hormiga, sino también a mermas y desperdicios, pudiendo causar un fuerte impacto sobre las utilidades.

El no determinar ningún tipo de control interno especialmente en las empresas manejadas por familiares, es una mala práctica que de ser continuada por algún tiempo, puede provocar el cierre de la empresa.

La importancia en el control de inventarios reside en el objetivo primordial de toda empresa: obtener utilidades.

La obtención de utilidades obviamente reside en gran parte de ventas, ya que éste es el motor de la empresa, sin embargo, si la función del inventario no opera con efectividad, ventas no tendrá material suficiente para poder trabajar, el cliente se inconforma y la oportunidad de tener utilidades se disuelve. Entonces, sin inventarios, simplemente no hay ventas.

Es por eso que se piensa que si no se establece y sobre todo, si no se lleva a la práctica el aplicar un adecuado control interno de inventarios, la empresa estará condenada al fracaso.

REFERENCIAS

- Anaya, J. (2006) Almacenes, análisis diseño y organización. Esic Editorial, España, página 45.
- Bastos, A. y Míguez, M. (2006) Introducción a la gestión de stocks. El proceso de control, valoración y gestión. Ideas Propias Editorial, España, página, 14
- Bolaños Ricardo. (2008) La mipyme, motor de desarrollo. Recuperado el 30 de abril del 2013 de la fuente: www.pyme.com.mx
- Chapman, s. (2006) Planificación y control de la producción. Pearson Education Editorial, México, página 99.
- Espinoza, A. (2009) Las microempresas ¿pueden crecer? CNN Expansión. Obtenido el día 20 de septiembre de 2013 de la fuente: <http://www.cnnexpansion.com/opinion/2009/11/09/las-microempresas-pueden-crecer>
- Malagón -londoño, G., Galán, G. y Pontón, G. (2008) Administración hospitalaria. Medica Internacional editorial, Bogotá, pagina 394.
- Méndez, S. (2001) Propuesta para mejorar al actual procedimiento de requisición del almacén del H.G.P. no. 71 del IMSS Tesis profesional, Universidad Cristóbal Colon.
- Sanchez, J. (2010) Inventarios. Recuperado el día 20 de septiembre de 2013 de la fuente: <http://boards5.melodysoft.com/FORON1UNE-FA/inventarios-34.html>
- SOLFI, S.A. de C.V. SOFOM ENR (s/f) La microempresa en México. Recuperado el día 20 de septiembre de 2013 de la fuente: <http://www.solfi.com.mx/#!/microempresa/c24ib>
- Soy Entrepreneur (2009) Los tipos de inventarios para tu negocio. Recuperado el día 21 de septiembre de 2013 de la fuente: <http://www.soyentrepreneur.com/los-tipos-de-inventario-para-tu-negocio.html>

PROPUESTA INTEGRAL DE ESTRATEGIAS A LA LOCALIDAD DE SAN JOSE DE BACUM PARA POTENCIAR EL DESARROLLO

*PROPOSED COMPREHENSIVE STRATEGIES IN SAN
JOSE BACUM TO PROMOTE DEVELOPMENT*

Lic. Anayra Eunice Villarreal Castillo, Lic. Héctor Iván Álvarez Murillo, Mtra. María Elvira López Parra y Lic. Claudia Carolina López Gutiérrez

RESUMEN

La localidad de San José de Bacum, cuenta con los aspectos básicos y los puntos de partida claves para generar desarrollo, sin embargo la problemática principal es que se desconocen las guías o los medios por los cuales se logre el mismo. El objeto de este estudio fue proporcionar una guía integral de estrategias que proporcione los pasos a seguir para cada uno de los ejes de desarrollo. El método utilizado para el desarrollo del diagnóstico fue el mostrado por Pablo Wong denominado Propuesta metodológica para el análisis estratégico participativo de desarrollo local/regional aplicado a la localidad de San José de Bacum. Como resultado y para este resumen solo se presenta una estrategia por cada área examinada como es: (1) desarrollo económico sostenible: fomentar el aprovechamiento del fácil acceso a la localidad para inversión extranjera, publicidad y esparcimiento (2) desarrollo social equitativo: promover incentivos para aumentar la disposición de los recursos humanos calificados, (3) desarrollo ambiental sustentable: crear nuevos espacios verdes para dar mayor atractivo a la localidad, (4) desarrollo Institucional eficiente y participativo: crear un comité para que dar seguimiento a los programas y proyectos implementados por la comunidad, entre otros que le permitan a esta comunidad su desarrollo local.

Palabras clave: Desarrollo local, estrategia, crecimiento

ABSTRACT

The town of San José de Bacum, has the basics and key starting points to bring development, but the main problem is that the guides are not known or the means by which it is achieved. The purpose of this study was to provide a comprehensive guide to strategies that provide the steps for each of the axes of development. The method used for the development of diagnosis was shown by Paul Wong called Methodological proposal for participatory strategic analysis of local / regional development applied to the town of San José de Bacum. As a result and for this summary only presents a strategy for each area Examine as: (1) sustainable economic development: promote the use of the easy access to the city for foreign investment, advertising and entertainment (2) equitable social development: promote incentives to increase the provision of qualified human resources, (3) environmentally sustainable development: creating new green spaces for enhancing the attractiveness of the town, (4) efficient and participatory institutional development: create a committee to follow up the programs and projects implemented by the community, and others that allow this community local development.

Keywords: Local development, strategy, growth

INTRODUCCION

ANTECEDENTES

La Comisión Económica para América Latina (CEPAL) destaca algunos puntos relevantes sobre el desarrollo local: 1) el desarrollo de un territorio está fuertemente condicionado por la voluntad y capacidad de los actores locales; 2) el desarrollo de un territorio gira alrededor de la valorización de las potencialidades locales; 3) en todas partes se ha comprobado la importancia de la pequeña y mediana empresa; 4) el desarrollo depende de la capacidad de integrar las iniciativas empresariales; 5) el territorio debe dotarse de instrumentos adecuados, y 6) el secreto del éxito reside en la capacidad de interacción activa entre lo local, lo nacional y lo internacional (Boisier, 2005).

Por otra parte es bien sabido que para que haya desarrollo en una nación, Estado, Ciudad, o bien una localidad es de vital importancia contar con una estrategia llamado Plan de desarrollo, por ello es importante que exista un instrumento rector de la planeación del desarrollo que expresa las políticas, objetivos, estrategias y lineamientos generales en materia económica, social y política del país, concebidos de manera integral y coherente para orientar la conducción del que hacer público, social y privado (Enciclopedia de los municipios de México, 2013).

Considerando lo anterior y viendo la necesidad de desarrollo que tienen las comunidades del sur de Sonora, el presente trabajo busca hacer un análisis, exploración y reflexión del desarrollo económico que tiene la localidad de San José de Bacum, municipio de Bacum, Sonora.

El municipio de Bacum se localiza en la zona sur del estado de Sonora. Bacum limita al este con el municipio de Cajeme, al oeste con Guaymas y al sur con el Golfo de California (Enciclopedia de los municipios de México).

En otros datos estadísticos, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) dio a conocer en el año 2010 los resultados obtenidos del tercer censo de población y vivienda llevados a cabo durante el 2010 y señaló que el municipio de BÁCUM está formado por 22,822 habitantes. La población económicamente activa es de 5,848 lo que representa un 27 por ciento del total de la población. La integración de la población económicamente activa es de la siguiente forma: en las actividades primarias se ocupa a 3,743 personas lo que representa el 63 por ciento de la población ocupada; en el sector secundario se ocupan 760 personas lo que representa el 12 por ciento y en el terciario 1345 personas lo que representa un 22 por ciento total de la población económicamente activa (INEGI, 2010).

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Cada una de las localidades necesita de recursos que van desde lo económico hasta lo cultural, que le permitan emprender su desarrollo y por lo tanto sustentabilidad. Una de las principales problemáticas es que la mayoría de los recursos se encuentran encerrados dentro de las concentraciones territoriales más representativas, por lo tanto se hacen presentes solamente en las zonas urbanizadas determinadas.

Es necesario promover el crecimiento mediante la cooperación y dirigencia de toda una comunidad primordialmente con la participación de sus principales agentes y actores. La problemática se extiende al total de la población de determinada localidad, pero es fundamental la intervención y coacción de los agentes con mayor influencia y posibilidades de implementar soluciones por su gran papel dentro de la localidad.

Es una realidad que muchas localidades tienen un mínimo de oportunidades, e incluso en algunas de ellas una proporción de los habitantes no cuenta con los insumos básicos (primera necesidad) de desarrollo de vida, pero a pesar de la escasez de los recursos toda entidad cuenta con estos, aunque sea con un mínimo representativo. Es por ello que a pesar de la escasez de los insumos o el estancamiento de los mismos siempre es posible implementar nuevos recursos que impulsen a los existentes, importarlos, crearlos o incluso innovarlos, en este caso en la localidad de San José de Bacum Sonora, se busca el desenvolvimiento de sus recursos económicos para alcanzar el desarrollo local que la localidad hoy en día demanda, puesto que a la fecha la localidad, no cuenta con un diagnóstico integral que le permita identificar sus puntos críticos de desarrollo para así trabajar en ellos y una vez sucedido esto el gobierno pueda implementar estrategias necesarias para subsanar el problema.

Actualmente en la localidad no existe progreso ya que el seguimiento y prácticas de producción y explotación se encuentran en deterioro y sin ser tomadas en cuenta, esto por la falta de participación del gobierno que va de la mano o tiene como consecuencia la inexistencia de habitantes emprendedores quienes tampoco cuentan con los incentivos necesarios para impulsar sus ideas, por lo que es la problemática se extiende hacia ambos contextos. Por lo que en los últimos años la localidad no ha tenido la oportunidad de crecer y prestar mayores servicios y productos y mejores condiciones de vida no solo para sus habitantes sino también como contribución a la economía de la misma localidad y posteriormente al estado.

San José de Bacum cuenta con los recursos necesarios para lograr objetivos económicos de desarrollo sostenido y sustentable, sin embargo lamentablemente no cuenta con las estrategias y los procedimientos metodológicos para poder llevar a cabo esta gran labor que es el desarrollo local que la convierta una comunidad redituable que logre la permanencia de sus habitantes, que brinde los insumos necesarios para mejorar tanto la calidad como el estilo de vida e incluso poder atraer inversión a la comunidad.

Por lo que se desprende el siguiente cuestionamiento, ¿Qué estrategias debe considerar la localidad de San José de Bacum Sonora, para lograr un Desarrollo Local?

JUSTIFICACIÓN

Todos como integrantes de un mismo ente, tienen el derecho de satisfacer sus necesidades y contar

con los insumos necesarios para mejorar su calidad de vida, tanto para sí mismos como para las familias y en consecuencia dar desarrollo a la comunidad en general.

Al hablar de desarrollo se refiere al aumento del bienestar de cada individuo de una determinada población, he aquí el principal beneficiado con el presente estudio. Por medio de las estrategias que serán proporcionadas los habitantes de la localidad tendrán la oportunidad de mejorar su calidad de vida, quienes podrán potencializar sus recursos y productividad para generar ingresos y posteriormente dar un seguimiento a sus proyectos y sustento de vida.

Por consecuente al haber beneficios individuales, la localidad en general también contrae beneficios, es decir logra desarrollarse, basándose en el aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas que se le adhieren, llega a ser una comunidad representativa y atractiva para innovar, invertir y colocar distintos parámetros de desarrollo que permanezcan dentro de San José de Bacum y sigan contribuyendo al impulso de su desarrollo.

Los principales actores de gobierno (cabecera municipal) serán capaces de sobresalir y llegar a ser una área de oportunidad tanto para la comunidad como para el capital extranjero, que los habitantes participen activamente dentro de sus posibilidades y el municipio destaque como un ente representativo, tanto económico, social e institucional para el estado.

OBJETIVO

Diseñar estrategias integrales para la localidad de San José de Bacum, a través de la Propuesta Metodológica para el Análisis Estratégico Participativo de Desarrollo Local-Regional, para la generación de Desarrollo Económico y Social en la comunidad.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

DESARROLLO

El Banco Mundial (2013) define al desarrollo local como “un fenómeno que se relaciona con personas trabajando juntas, es decir un trabajo colectivo para lograr un crecimiento económico sustentable que traiga tanto beneficios económicos como mejoras en la calidad de vida para toda la comunidad”. La “comunidad” se define así como una ciudad, pueblo, área metropolitana o región subnacional” (Banco Mundial, 2013)

Por otro lado la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2013) sugiere que el desarrollo local puede ser visto “como un proceso mediante el cual cierta cantidad de instituciones y/o personas locales se movilizan y activan en una localidad determinada con el objetivo de crear, reforzar y estabilizar actividades utilizando y administrando de la mejor manera posible los recursos del territorio”.

Además Wong (2005) argumenta que el enfoque de desarrollo local entiende el desarrollo de manera integral y multidimensional (economía, sociedad, cultura, ambiente, instituciones, etc.), impulsando desde el fondo y con un método de participación ciudadana.

De esta manera hay que reconocer las fortalezas y virtudes al interior de la comunidad para poder impulsar el espíritu emprendedor y autogestión de los procesos de desarrollo de los agentes locales. A través de la visión de desarrollo local se busca tener una visión compartida del desarrollo futuro de las comunidades y regiones.

Propuesta metodológica para en análisis estratégico participativo de desarrollo local/regional por Wong (2005).

- Los objetivos del análisis estratégico de desarrollo local son los siguientes:
- Saber cómo se encuentran actualmente los factores impulsores del desarrollo local;
- Determinar una línea de base para las fases de diagnóstico, monitoreo y evaluación del desarrollo local.

- Conocer factores de desarrollo local que sean particularmente interesantes;
- Crear criterios para la definición de prioridades en las estrategias y acciones a seguir.
- Contribuir en el proceso de cumplir con la misión colectiva de la comunidad.

MODALIDAD METODOLÓGICA

La metodología para el análisis estratégico es de carácter participativo y pro-activa debido a que los actores sociales locales se involucran en el diseño e identificación de variables e indicadores fundamentales de interés particular, partiendo de sus principales necesidades, requerimientos, condiciones y oportunidades. Bajo este paradigma, la metodología considera dos tipos de variables de desarrollo local: a) los básicos de carácter general a toda comunidad/región y que ayudaran para contrastar y hacer comparaciones interregionales; y b) los específicos de interés particular que deberán ser identificados y elegidos de manera consensuada por los actores de la localidad. Preferiblemente, el desarrollo del proceso de análisis estratégico deberá realizarse por medio de talleres que involucren a los representantes, es decir participativos que aseguren un alto grado de participación social. De esta manera, según la conformación representativa de los actores que participan para el llenado de los formatos, se podrá optar por dos opciones a) llenado general de los participantes; o b) optar por mesas temáticas de acuerdo al nivel de especialidad, conocimiento o área de acción endógenas de las comunidad. “La idea de aplicar un enfoque participativo al análisis estratégico es que los actores locales se apropien del proceso de desarrollo, buscando alcanzar el empoderamiento”, es decir que los actores locales dominen las distintas fases (Wong, 2005).

ESTRUCTURA

La estructura para el análisis estratégico está basada en cuatro ámbitos fundamentales del desarrollo local regional presentado por Wong (2005):

- Desarrollo Económico sostenible (DES)
- Desarrollo Social Equitativo (DSE)
- Desarrollo Ambiental Sustentable (DAS)
- Desarrollo Institucional y Participativo (DIEP)
- Desarrollo Económico Sostenible

La evolución de la economía local en cuanto a producción, inversiones, generación de empleo, exportaciones, es determinante para el desarrollo económico, así como también que se propicie un ambiente que coadyuve al desarrollo de las pymes dentro de la comunidad, por medio de proyectos, mecanismo estratégicos y así estas puedan tener una presencia activa y participativa dentro de la comunidad, la condición de la comunidad para volverse emprendedores de proyectos y procesos de desarrollo y mantener un clima activo y así lograr aprovechar las oportunidades y solucionar retos que se le presenten a la misma, que exista carácter por parte de los agentes productivos para crear nuevas ideas y llevarlos a cabo. Una localidad con iniciativa para el establecimiento de las alianzas estratégicas entre el sector empresarial y productivo (Wong, 2005).

DESARROLLO SOCIAL EQUITATIVO

El autor menciona que para el óptimo desarrollo social es necesario que toda comunidad cuente con un nivel de cobertura de equipamiento y servicios públicos, que van desde el suministro de agua potable y alcantarillado hasta servicios de transporte, educación, seguridad, etc. Además es prioridad que estos tengan la suficiente calidad para el logro y desarrollo de actividades, pues la calidad de vida es un factor en juego que va de la mano con la calidad de los servicios públicos, el

bienestar en condiciones de ciertos indicadores de calidad de vida como recursos de la comunidad hasta niveles de pobreza y marginación.

Toda localidad debe contar con programas de apoyo y mecanismos que coadyuven a erradicar y combatir la pobreza para brindar más y mejores oportunidades a la población, que parta de mejoras en la calidad de los recursos públicos hasta en la creación de empleos bien remunerados y sostenidos para lograr la estancia permanente del recurso humano bien calificado dentro de su comunidad (Wong, 2005).

DESARROLLO AMBIENTAL SUSTENTABLE

En este apartado se pretende saber cuáles son las condiciones del medio ambiente y saber el grado de conciencia ecológica en la localidad. La existencia de organizaciones sociales y/ Organizaciones No Gubernamentales que apoyen a la concientización ambiental y del cuidado de los recursos de la entidad con talleres y proyectos, es muy importante para el desarrollo sustentable local.

Además la infraestructura ambiental con la que pueda contar el pueblo es igual de importante que las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) para el desarrollo sustentable de la localidad (Wong, 2005).

DESARROLLO INSTITUCIONAL EFICIENTE Y PARTICIPATIVO

Para lograr un desarrollo local eficiente y sostenible por supuesto que se tiene que tener un desarrollo institucional eficiente y participativo, donde colaboren tanto gobierno como los participantes de la economía comunitaria/municipal.

Los niveles de gobierno que participan en el desarrollo económico social y sustentable deben de estar bien coordinados para ser eficientes, además de que estos deben de ser transparentes, estar en una participación constante con las familias locales, tomando siempre en cuenta sus propuestas para proyectos, obras y acciones que cometa el estado, atendiendo las necesidades de los pobladores (Wong, 2005).

METODOLOGÍA

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Debido a sus características este estudio es de tipo descriptivo ya que se seleccionan aspectos de relevancia o propiedades importantes del sujeto para ser analizado a través de estas, y de esta manera se describe lo que se investiga, las variables se analizan de manera independiente las cuales marcan los parámetros para describir la situación que guarda la comunidad en cada una de las variables según Hernández , Fernández y Baptista (2000). Las variables como: (a) desarrollo económico sostenible, (b) desarrollo social equitativo, (c) desarrollo ambiental sustentable y (d) desarrollo institucional y participativo, no serán manipuladas bajo ningún contexto, es decir no se aplicaran cambios a los datos para obtener posibles consecuencias, sino que se observan datos o situaciones ya existentes, se analiza el sujeto a través de sus posibilidades y recursos actuales, por lo que es una investigación de diseño no experimental y transaccional.

SUJETO

Respaldándose en la metodología de Wong (2005) se tomaron los 3 actores influyentes para el desarrollo de la localidad de San José de Bécum

- Instituciones Publicas
- Instituciones Privadas

- Asociaciones Civiles

En cuanto a la población (N) San José de Bécum cuenta con:

- 12 instituciones de gobierno
- 74 empresas e instituciones del sector privado
- 7 sociedades civiles

Para la muestra se identificaron los actores locales más importantes promotores del desarrollo local y fueron:

- 5 empresas e instituciones del sector privado.
- 5 instituciones de gobierno
- 5 sociedades civiles

Por lo anterior esta muestra no puede generalizarse.

MATERIALES

Se aplicaran encuestas según la Propuesta Metodológica para el Análisis Estratégico Participativo de Desarrollo Local-Regional (Wong, 2005).

Encuesta la cual está dividida en 4 enfoques.

- Desarrollo económico sostenible
- Desarrollo social equitativo
- Desarrollo ambiental sustentable
- Desarrollo institucional eficiente y participativo

El análisis valorativo de las variables de desarrollo local se realizara con base en una ponderación que posee una escala de seis valores y tres niveles espaciales: (1) nulo/inexistente, (2) muy bajo, (3) bajo, (4) medio/mínimo aceptable, (5) alto y (6) muy alto

Niveles espaciales:

- Rojo: Condición de debilidad (nivel inaceptable de desarrollo)
- Amarillo: Condición intermedia (niveles aceptables/apropiados de desarrollo)
- Verde: condición de fortaleza (niveles aceptables/apropiados de desarrollo)

Con el objeto de tener una visualización grafica de los resultados obtenidos que sirva para una rápida comprensión de las variables analizadas, se ha diseñado un esquema de “telaraña”. Esta puede graficar los cuatro ámbitos en conjunto.

PROCEDIMIENTO

Los pasos que se llevarán a cabo para realizar el estudio fueron:

- Hacer un barrido de todas las instituciones de gobierno, privadas y asociaciones civiles dentro de la comunidad para obtener una muestra subjetiva
- Aplicar el instrumento de investigación a los actores económicos y sociales más sobresalientes de la comunidad
- Procesar y graficar la información
- Analizar y plantear estrategias con la información obtenida
- Entregar resultados.

RESULTADOS

En el presente capítulo se describen los resultados del estudio de Desarrollo Local aplicado a la localidad de San José de Bácum, Sonora.

Es importante mencionar que los resultados fueron redactados en base a una escala valorativa que va del 1 al 6, siendo el 1 la peor condición de estado para la localidad y 6 la mejor. Wong (2005) coloca el rango del 1 al 2 de color rojo, esto quiere decir que son un punto crítico en donde se debe hacer mayor énfasis en la reflexión o bien aportar estrategias de mejora. Por otro lado coloca el rango del 3 al 4 como punto medio y de color amarillo, siendo este un color preventivo lo que significa que debe ponerse atención pues puede en un momento dado resultar peligroso mantenerse en estas condiciones y llegar al estancamiento, finalmente el rango que va del 5 al 6 se encuentra de color verde lo que significa nivel aceptable de desarrollo.

DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE

(1) Estructura económica, agentes e innovación

A continuación se muestra la gráfica correspondiente a la estructura económica, agentes e innovación la cual identifica, la condición de la composición económica y denota también el de los agentes que influyen en el ramo.

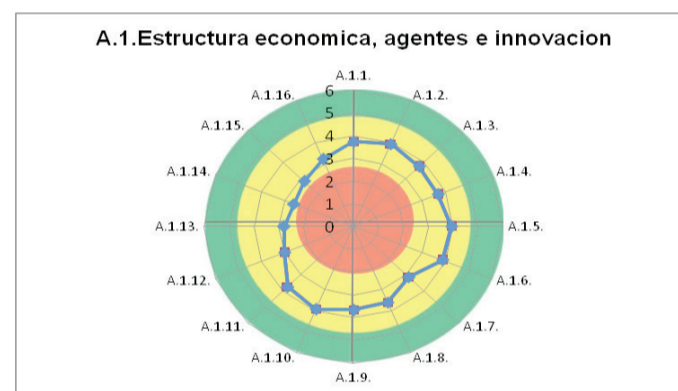


Figura A.1 Estructura económica, agentes e innovación.

A.1.1. Evolución reciente de la economía local
A.1.2. Acciones de reconversión y diversificación productiva
A.1.3. Presencia activa de pequeñas y mediana empresas (Pymes)
A.1.4. Existencia de programas de apoyo a las Pymes
A.1.5. Actitud, cultura emprendedora y proactiva de la comunidad
A.1.6. Espíritu innovador, creatividad e inventiva de agentes económico (cultural empresarial)
A.1.7. Asociatividad y cooperación empresarial
A.1.8. Difusión y transferencia de nuevas tecnologías.
A.1.9. Condición del ambiente laboral y de negocios
A.1.10. Aprovechamiento de recursos locales (humanos, etc.)
A.1.11. Aprovechamiento estratégicos de recursos exógenos
A.1.12. Generación de empleos bien remunerados
A.1.13. Existencia de fuentes de financiamiento accesibles
A.1.14. Existencia de empresas locales con calidad de exportación
A.1.15. Ubicación de empresas extranjeras
A.1.16. Visión económica de largo plazo

En este apartado se observa que aunque la mayoría de los puntos se encuentran dentro de un nivel intermedio de desarrollo sin embargo son claves y son varios los aspectos que resultaron en área crítica los cuales son existencia de fuentes de financiamiento accesibles, existencia de empresas con calidad de exportación, ubicación de empresas extranjeras y visión económica de largo plazo. Los puntos a favor y con mejor estado son acciones de reconversión y diversificación productiva,

actitud, cultura emprendedora y proactiva de la comunidad y por ultimo aprovechamiento de los recursos locales obteniendo el mismo calificativo un 3.9 como promedio.

(2) Infraestructura, servicios y accesibilidad

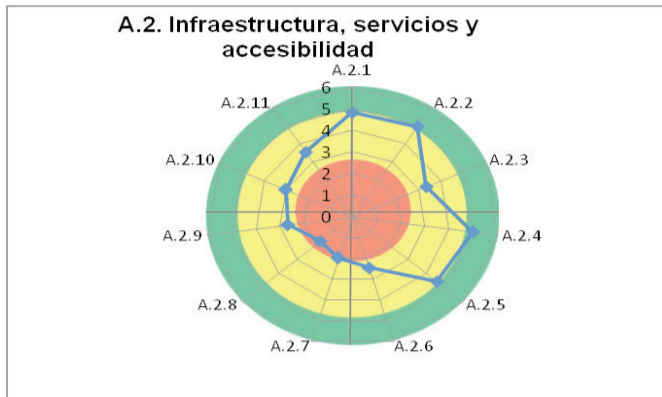


Figura A.2 Infraestructura, servicios y accesibilidad

A.2.1. Accesibilidad en el contexto regional
A.2.2. Infraestructura de comunicaciones y transporte
A.2.3. Infraestructura y equipamiento industrial
A.2.4. Infraestructura agropecuaria
A.2.5. Disponibilidad de espacio físico para actividades económicas
A.2.6. Existencia de sistemas y centros de información
A.2.7. Existencia de centros de investigación e instituciones de educación superior
A.2.8. Existencia de unidades de capacitación para el desarrollo
A.2.9. Servicios especializados a la producción
A.2.10. Nivel de atractividad del lugar (inversiones, turismo, etc.)
A.2.11. Imagen desde el exterior.

Los resultados en este apartado denotan aspectos por debajo del nivel aceptable de desarrollo es decir puntos realmente críticos como existencia de sistemas y centros de información, existencia de centros de investigación e instituciones de educación superior, existencia de unidades de capacitación para el desarrollo y servicios especializados a la producción. Dentro del mismo apartado resultan como aspectos favorables accesibilidad en el contexto regional, infraestructura de comunicaciones y transporte, infraestructura agropecuaria y finalmente disponibilidad de espacio físico para actividades económicas estando los últimos dentro de un rango calificativo de 4 a 5.

DESARROLLO SOCIAL EQUITATIVO

(1) Calidad de vida y recursos humanos

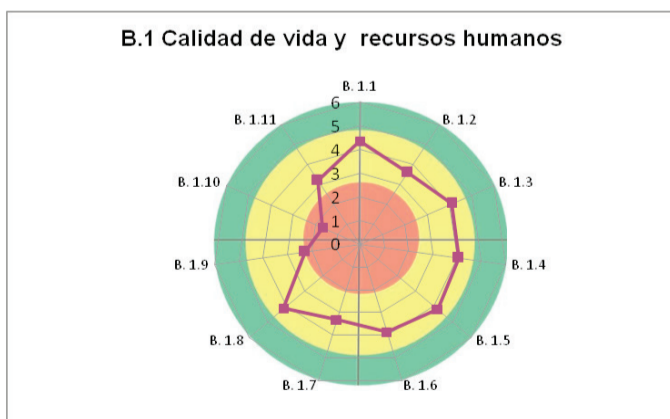


Figura B.1 Calidad de vida y recursos humanos

B.1.1. Cobertura de equipamiento y servicios públicos
B.1.2. Calidad de equipamiento y servicios públicos
B.1.3. Servicio de transporte urbano
B.1.4. Seguridad pública

B.1.5. Condición de bienestar
B.1.6. Combate a la pobreza y marginación
B.1.7. Calidad y oferta educativa
B.1.8. Disponibilidad de recursos humanos calificados
B.1.9. Habilidad para retener recursos humanos calificados
B.1.10. Infraestructura para personas con discapacidad
B.1.11. Ambiente cultural y recreativo

Los resultados indicaron que en la mayoría de los puntos la localidad se encuentran dentro de un nivel mínimo de desarrollo, sin embargo existen puntos críticos como lo son: habilidad para retener recursos humanos calificados, infraestructura para personas con discapacidad, calidad de la oferta educativa y por ultimo ambiente cultural y recreativo y como fortaleza cuenta con cobertura de equipamiento y servicios públicos, servicio de transporte urbano, seguridad pública y disponibilidad de recursos humanos calificados.

(2) Cohesión social, organización e identidad

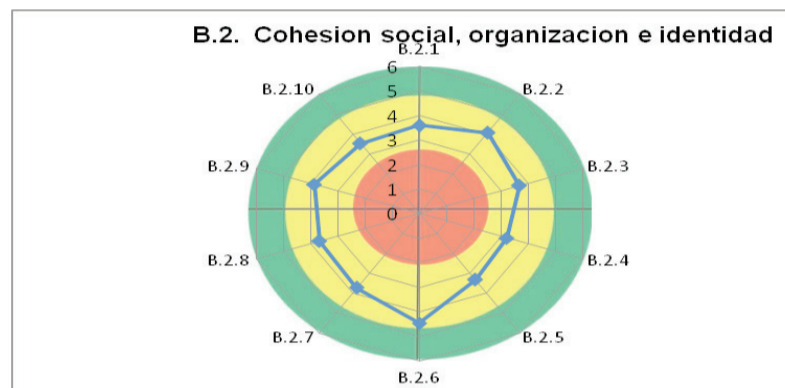


Figura B.2. Cohesión social, organización e identidad

B.2.1. Actitud pro-activa hacia el desarrollo
B.2.2. Arraigo de la cultura e identidad local
B.2.3. Grado de participación social en el proceso de desarrollo
B.2.4. Condición de consenso entre actores sociales
B.2.5. Condición de cooperación entre actores sociales
B.2.6. Condición de inclusión social (etnias, género, etc.)
B.2.7. Grado de organización de la comunidad
B.2.8. Existencia de liderazgo local capaz de convocar y movilizar a los actores sociales en torno al proceso de desarrollo
B.2.9. Respeto e impulso del patrimonio histórico y cultural
B.2.10. Grado de vinculación entre centro de investigación, universitarios, sector productivo y agencias gubernamentales

Se observa en el apartado de Cohesión Social, Organización e Identidad Territorial, al igual que el apartado anterior que la localidad esta posicionada en un nivel mínimo de desarrollo obteniendo como los aspectos más débiles: condición de consenso entre actores sociales (B.2.4.) y condición de cooperación entre actores sociales (B.2.5.), aspectos que denotan prácticamente lo mismo, con un calificativo de 3.2 y 3.3 respectivamente. Como fortaleza dentro de este apartado destacan arraigo de la cultura e identidad local (B.2.2.) con 4.0 y condición e inclusión social (B.2.6.) con 4.4 como calificativo.

DESARROLLO AMBIENTAL SUSTENTABLE

(1) Medio ambiente y recursos naturales

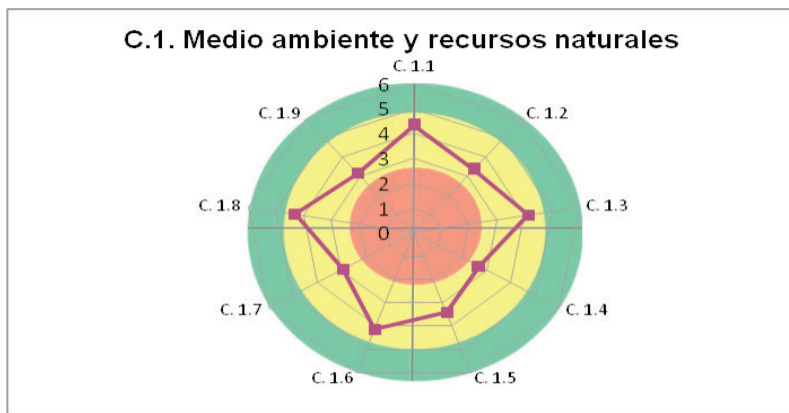


Figura C.1. Medio ambiente y recursos naturales

C.1.1. Estado del medio ambiente general
C.1.2. Grado de educación ambiental
C.1.3. Aprovechamiento y gestión adecuada de recursos naturales
C.1.4. Existencia de áreas naturales protegidas
C.1.5. Estado de la contaminación
C.1.6. Disponibilidad de agua para el desarrollo de largo plazo
C.1.7. Cultura y cuidado de agua
C.1.8. Existencia de áreas verdes en la comunidad
C.1.9. Inclusión de criterios ambientales a la producción (armonía entre actividades productivas y medio ambiente)

Se observa que en el apartado de medio ambiente y recursos naturales el ejido San José de Bácum se encuentra en un nivel de condición intermedia en general con una valoración de los encuestados de 3.5 en promedio, teniendo como más bajos a los rubros de inclusión de criterios ambientales a la producción y existencia de áreas naturales protegidas. En las áreas que se encuentra en un nivel más apropiado son en el aprovechamiento y gestión adecuada de recursos naturales y existencia de áreas verdes en la comunidad. Durante la aplicación de la encuesta los actores económicos de San José de Bácum comentó que hacía falta concientización ambiental dentro del pueblo.

(2) Organizaciones, normatividad y programas

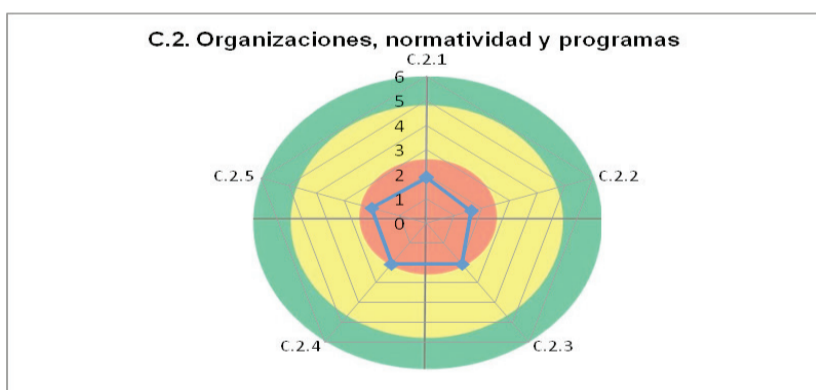


Figura C.2. Organizaciones, normatividad y programas

C.2.1. Existencia/contribución de organizaciones sociales en pro del medio ambiente
C.2.2. Existencia de grupos de investigación sobre desarrollo sustentable
C.2.3. Existencia de infraestructura ambiental (plantas de tratamiento de agua; disposición de desechos, etc.)
C.2.4. Aplicación de la normatividad ambiental
C.2.5. Implementación de programas de ordenamiento ecológico-territorial

En el apartado de organizaciones, normatividad y programas se puede observar que hay mucho donde trabajar ya que todos los puntos en este se encuentran en un nivel rojo en promedio la valoración de la comunidad fue de 2 a 2.5, siendo el más bajo la existencia de grupos de investigación sobre desarrollo sustentable y el más alto existencia de infraestructura ambiental, pero aun así teniendo que trabajar y poner atención a todos los puntos de este apartado.

DESARROLLO INSTITUCIONAL EFICIENTE Y PARTICIPATIVO

(1) Eficiencia Operativa Local

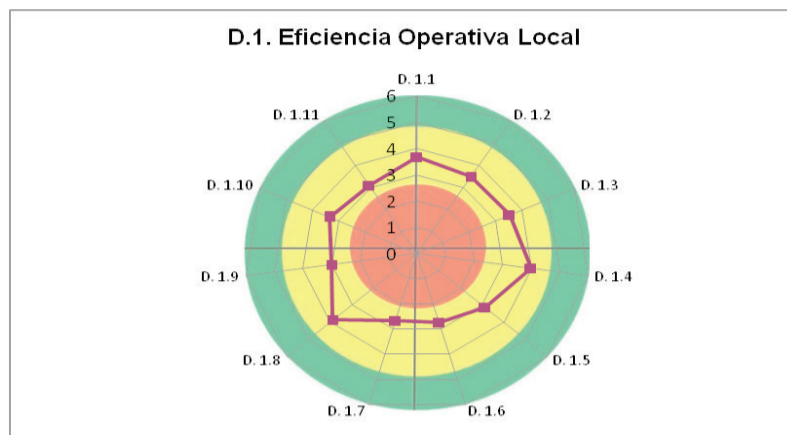


Figura D.1 Eficiencia Operativa Local

D.1.1. Grado de coordinación intra e interinstitucional
D.1.2. Grado de autonomía programática y financiera
D.1.3. Descentralización de la estructura institucional
D.1.4. Calidad en la provisión de servicios públicos
D.1.5. Transparencia y democracia en la toma de decisiones
D.1.6. Seguimiento y evaluación de programas y proyectos
D.1.7. Transparencia en la administración de recursos
D.1.8. Eficiencia en la provisión de servicios públicos
D.1.9. Grado de profesionalización de servidores públicos
D.1.10. Grado de modernización y tecnificación administrativa
D.1.11. Simplificación en la regulación y trámites para el desarrollo (simplificación administrativa)

En el apartado eficiencia operativa local, se puede observar que todos los puntos están entre el 3 y el 4 en promedio, lo que significa en este apartado se encuentra en un nivel bajo medio.

Los puntos que se encuentran mejor en una escala valorativa del 1 al 6 son calidad en la provisión de servicios públicos y eficiencia en la provisión de servicios públicos y en contraste los que se encuentran peor son grado de profesionalización de servidores públicos y simplificación en la regulación y trámites para el desarrollo.

(2) Institucionalización y planeación estratégica

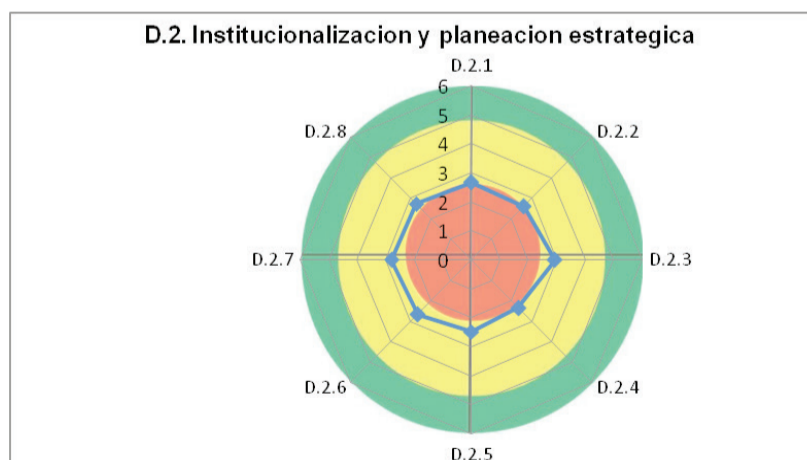


Figura D.2. Institucionalización y planeación estratégica

D.2.1 Existencia de instancias de inclusión y participación social.
D.2.2. Proyectos y programas implementados propuestos por la comunidad
D.2.3. Promoción y fomento del desarrollo local
D.2.4. Existencia de instancias para la cooperación público-privada

D.2.5. Conformación de fondos regionales de inversión con la aportación de los diversos agentes económicos y de gobierno
D.2.6. Existencia de un plan estratégico municipal-local con carácter participativo
D.2.7. Existencia de un Grupo de Gestión de Desarrollo Local
D.2.8. Existencia de una Agencia para el Desarrollo Local

En el apartado de institucionalización y planeación estratégica se puede observar que la mayoría de los puntos se encuentran en un nivel medio entre 3 y 4 , pero existen 3 los cuales se establecen en un nivel bajo como lo son existencia de instancias de inclusión y participación social, proyectos y programas implementados propuestos por la comunidad y existencia de una agencia para el desarrollo local, por otro lado el que se encuentra por encima de todos es el rubro de promoción y fomento del desarrollo local siendo aun mas bajo.

ESTRATEGIAS

Las estrategias para el plan de desarrollo local están determinadas en base al análisis FODA de cada uno de los enfoques antes analizados como son: desarrollo económico sostenible, desarrollo social equitativo, desarrollo ambiental sustentable y desarrollo institucional eficiente y participativo

Para el desarrollo de las estrategias de cada enfoque que a continuación se plantean, se hizo una matriz FODA la cual consiste hacer combinaciones entre cada unos de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de tal forma que salta por cada combinación una estrategia de las Fortalezas y oportunidades, Fortalezas y Amenazas, Debilidades y Oportunidades y finalmente Debilidades y Amenazas.

Enfoque A. Desarrollo económico sostenible

- Fomentar el aprovechamiento del fácil acceso a la localidad para inversión extranjera, publicidad y esparcimiento.
- Innovar procesos y acciones para diversificar y reconvertir la actividad económica.
- Gestionar el establecimiento de una Agencia para el Desarrollo Económico Local (ADEL)

Enfoque B. Desarrollo social equitativo

- Promover incentivos para aumentar la disposición de los recursos humanos calificados.
- Fomentar la construcción de la infraestructura adecuada para discapacitados.
- Implementar programas de apoyo y rescate entre el sector gobierno y la sociedad, (consenso de actores).

Enfoque C. Desarrollo Ambiental Sustentable

- Crear nuevos espacios verdes para dar atractividad a la localidad
- Crear un programa de educación ambiental.
- Crear criterios ambientales a la producción e infraestructura ambiental

Enfoque D. Desarrollo Institucional Eficiente y Participativo

- Crear un comité para que den seguimiento a los programas y proyectos implementados por la comunidad
- Dar paso a la participación de la población para dar solución a sus problemáticas y en el pueblo halla una mejor calidad de vida general.
- Contratar servidores públicos mejor capacitados para de esta manera la calidad y eficiencia en la provisión de servicios públicos ya no sea media buena si no excelente.

CONCLUSIONES

Tras la elaboración del presente estudio de desarrollo local para el ejido de San José de BÁCUM se concluyeron diversas alternativas estratégicas en base a datos analizados

Primeramente se desprende el Desarrollo Económico Sostenible el cual resulto que existe un gran falta de sistemas y centro de información, centros de investigación e instituciones de educación superior y finalmente unidades de capacitación para el desarrollo, por otro lado se destacaron como puntos positivos la facilidad para tener acceso al contexto regional su gran infraestructura agropecuaria y la disponibilidad de espacio físico para nuevas actividades económicas. En este contexto es viable aprovechar el fácil acceso a la localidad para inversión extranjera, publicidad y esparcimiento. Al igual que la infraestructura en comunicaciones y transporte para innovar procesos y acciones para diversificar y restablecer la actividad económica, globalización, crecimiento, etc. En coacción con la actitud emprendedora y de superación la creación de centro de investigación y de educación superior con calidad educativa, que maximice el aprovechamiento de recursos locales. Todo esto deriva en propuestas de estrategias que coadyuvaran al desarrollo local

En lo que respecta al Desarrollo Social Equitativo se concluye que la localidad posee una baja calidad y oferta educativa así como también una baja condición de consenso y cooperación entre actores sociales, una escasa infraestructura para personas con discapacidad, además de una baja habilidad para retener recursos humanos calificados, como puntos fuertes la comunidad cuenta con cobertura de equipamiento y servicios públicos, servicio de transporte urbano y condición de bienestar social (calidad de vida). En base a ello se sugiere para subsanar y dar mejora, Aprovechar la cobertura de los recursos locales para mantener las condiciones de bienestar y así aumente la disposición de los recursos humanos calificados, programas de apoyo y rescate entre el sector gobierno y la sociedad para mejorar la calidad y oferta educativa, precisar un consenso entre actores sociales, creación de empleos bien remunerados mediante la inversión y colocación de empresas aprovechando los recursos y servicios locales.

Por otro lado analizando el rubro de Desarrollo Ambiental Sustentable se diagnostico que los puntos que se encuentran mejor son aprovechamiento y gestión adecuada de recursos naturales, existencia de áreas verdes en la comunidad, estado del medio ambiente en general y disponibilidad de agua para el largo plazo, al contrario de los que se encuentran en un nivel espacial menos apropiado o en foco rojo, como lo son inclusión de criterios ambientales a la producción, existencia de grupos de investigación sobre desarrollo sustentable, existencia de infraestructura ambiental y grado de educación ambiental.

Por lo cual tomando en cuenta lo dicho se brindaron estrategias para el desarrollo de los rubros en foco rojo y aprovechamiento de oportunidades de los rubros que están más desarrollados, elaborando estrategias para tomar ventaja del buen estado de las áreas verdes, el estado optimo del medio ambiente en general, la eficiencia en la gestión de recursos naturales y el contar con agua en el largo plazo, se propone crear nuevos espacios verdes para dar atractividad a la localidad, así como mejorar la calidad de vida de sus habitantes, Crear conciencia ambiental en las personas que habitan el ejido San José de Bacum, Sonora, así como en los productores para que exista una armonía entre la naturaleza y el ser humano que habita en esta localidad.

Por otro lado diagnosticando Desarrollo Institucional Eficiente Participativo se pudo percatar de que los rubros que indican focos rojos son simplificación en la regulación y trámites para el desarrollo, profesionalización de servidores públicos e instancias de inclusión y programas y proyectos implementados propuestos por la comunidad y por otro lado los mejores, calidad en la provisión de servicios públicos, eficiencia en la provisión de servicios públicos y existencia de un plan estratégico municipal-local con carácter participativo, dando estrategias como crear un comité para que den seguimiento a los programas y proyectos implementados por la comunidad, como un respaldo a la idea generada por la gente. Dar paso a la participación de la población para dar solución a sus problemáticas y en el pueblo haya una mejor calidad de vida general, y un estado de bienestar, además aprovechando la calidad y eficiencia en la provisión de servicios públicos se puede

elaborar un plan estratégico municipal-local con carácter participativo con mayor énfasis en otros rubros más olvidados como transparencia y democracia en la toma de decisiones, y seguimiento y evaluación de programas y proyectos.

REFERENCIAS

- Boisier, S. (2005) ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización?. Página consultada en Mayo 2013 de, <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/1/22211/G2282eBoisier.pdf>
- Banco Mundial (2013). El desarrollo empieza y termina con la gestión local. Página consultada en Mayo de 2013 de <http://www.banco-mundial.org/es/news/speech/2013/06/19/el-desarrollo-empieza-y-termina-con-la-gestion-local>
- Enciclopedia de los municipios (2013). Estado de Sonora. Página consultada en Mayo 2013 de <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM26sonora/index.html>
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2000). Metodología de la investigación. 2da. Edición. México: Mc Graw Hill.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2010). Censo 2010. Página consultada en Mayo de 2013 de <http://www.inegi.org.mx/sistemas/olap/proyectos/bd/consulta.asp?p=17118&c=27769&s=est>
- Organización para la cooperación desarrollo económico [OCDE] (2013) Página consultada en Mayo 2013 de, <http://www.undp.org.mx/desarrollohumano/eventos/images/12LFRPresentaci.pdf>
- Wong, P. (2005). Propuesta metodológica para el análisis estratégico participativo de desarrollo local/regional. México: coordinación de desarrollo regional.

El Buzón de Pacioli

Año XIII | Número 82 | Julio-Septiembre 2013
Instituto Tecnológico de Sonora
www.itson.mx/pacioli