

Administración Contemporánea. Revista de Investigación

COLEGIO DE POSGRADUADOS EN ADMINISTRACIÓN DE LA REPÚBLICA
MEXICANA A.C.

VOLUMEN VIII

Número 27

ISSN: 1665-9066 Reserva: 04-2013-100210421200-102

COMITÉ EDITORIAL

Dr. José Vili Martínez González

Dr. Pablo César Rodríguez Mendoza

Dr. José Ramón Torres Solís

Dr. Juan Danilo Díaz Ruiz

Dr. Ricardo Alfredo Varela Juárez

Dr. Martín Abreu Beristain

Dr. Fernando Javier Cervantes Aldana

Dr. Carlos Alfonso Merino González

Dr. Héctor Godínez Juárez

Dr. Edmundo Resenos Díaz

ÍNDICE

AUDITORÍA FORENSE APLICADA AL MEDIO AMBIENTE

Álvaro Fonseca Vivas (Universidad de Buenaventura, Bogotá Colombia)1

COMPETITIVIDAD DE LOS SISTEMAS PRODUCTO EN LA REGIÓN SUR DE JALISCO: CASO SISTEMA PRODUCTO AGUACATE

Berta Ermila Madrigal Torres, Claudia Saldaña Orozco y Norma Angélica Siordia Ornelas (Centro Universitario de Sur).....14

ANALIZAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS BANCARIOS MÁS UTILIZADOS POR LAS PYMES EXPORTADORAS EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA

Jorge Isaac Lechuga Cardozo y Edgardo Enrique Muñoz Querales (Instituto Tecnológico de Soledad Atlántico, Barranquilla Colombia).....26

Administración Contemporánea. Revista de Investigación. Año 12, No. 27, enero-abril del 2016, es una publicación cuatrimestral editada por el COLEGIO DE POSGRADUADOS EN ADMINISTRACIÓN DE LA REPÚBLICA MEXICANA, ASOCIACIÓN CIVIL, calle de Durango No. 245-402. Colonia Roma, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06700, Distrito Federal, Teléfono: (55) 55 25 02 45, www.colpamex.org, pcrm@colpamex.org, Editor responsable: Dr. Pablo César Rodríguez Mendoza, Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04 – 2013 – 100210421200 – 102, ISSN: 1665-9066, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este Número Dr. Pablo César Rodríguez Mendoza, calle de Durango No. 245-402. Colonia Roma, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06700, Distrito Federal, Fecha de última modificación: 1 de enero del 2014.

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

Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización del Instituto Nacional del Derecho de Autor.

UN ANÁLISIS BAJO EL ENFOQUE DE MERCADOTECNIA SOCIAL DE LA APLICACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS PARA LA REGULACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LAS ESCUELAS

Ana María Paredes Arriaga, María Cristina Alicia Velázquez Palmer y Perla Alejandra Yohana García Fernández (Universidad Autónoma Metropolitana).....36

AUDITORÍA FORENSE APLICADA AL MEDIO AMBIENTE

Álvaro Fonseca Vivas (Universidad de Buenaventura, Bogotá Colombia)

Resumen

Teniendo en cuenta el acelerado proceso evolutivo del mundo y de un mercado globalizado, en el que se han desarrollado muchos cambios, además del ingreso a los diferentes tratados internacionales de comercio, la seguridad económica resulta ser un factor importante en el desarrollo de cualquier tipo de negocio, en tanto que el ser humano debe afrontar situaciones difíciles que desafían sus principios éticos y valores morales, con actitudes delincuenciales contra el Medio Ambiente.

Como objetivo de este se espera que el asistente, al final de la presentación de la ponencia, pueda comprender la importancia y responsabilidades de la Auditoría Forense Investigativa en el desarrollo de sus labores tanto en el sector público como privado, y lo trascendental del papel que desempeña el Profesional en cualquier actividad interdisciplinaria, dentro y fuera de las organizaciones económicas y en el desempeño como parte importante en la sociedad y responsabilidad con el Medio Ambiente en la Administración de Justicia, actuando como Perito Auxiliar de la Justicia.

Como competencias en el desarrollo de la presentación los participantes adquirirán interés sobre el saber ser y hacer de la Auditoría Forense en especial cómo se debe aplicar en el Medio Ambiente.

Palabras Clave: Auditoría, Forense, Medio Ambiente, Aplicada al medio ambiente, Fraudes, Delitos.

Abstract

Given the accelerated evolution process of the world and global market in which have developed many changes, in addition to income to the various international treaties of commerce, economic security is an important factor in the development of any business, while the human being must deal with difficult situations that challenge their ethical and moral values, with attitudes criminal against the environment.

Objective of this is expected at the presentation of the dissertation, you can understand the importance and responsibilities of the Audit Forensic research into the development of their work in both public and private sectors, end the transcendental role that professional plays in any interdisciplinary activity within and outside of economic organizations and performance as an important part in society responsibility to the environment in the Administration of Justice acting as Expert Assistant Justice.

Competence in the development of the presentation participants will gain interest on knowing how to be and make special forensic audit into how to apply the environment.

Keywords: Auditing, Forensics, Environmental, Applied Environmental, Fraud, Crimes.

Introducción

Este trabajo es producto de investigación y se justifica en el constante cambiar de las normas, directrices, políticas y objetivos de las organizaciones y del medio que nos rodea, articular la competitividad y el desarrollo de las mismas con las áreas profesionales entre otras lo: administrativa, financiera, cultural, tecnológica, política, educación, social y ambiental, como un reto para el siglo XXI, en especial en Colombia que no se ejerce la Auditoría Forense ni como profesión ni como procedimiento aunque este expedida la Ley 906 del año 2004, por la cual se establece el Código de Procedimiento Penal y corregida de conformidad con el Decreto 2770 del mismo año, en el cual se menciona en su artículo 11 la garantía al acceso a los derechos de las víctimas, donde constantemente se comete todo tipo de fraudes, coadyuvando a la financiación del terrorismo, el enriquecimiento ilícito, la corrupción y ejercido por gente común o por delincuentes de cuello blanco que posteriormente lavan o financian el terrorismo. En consecuencia se requiere ser más exigente y mantener una calidad de las evidencias y pruebas por parte de los entes de control del estado y del sector privado con una buena articulación en los diferentes aspectos en los campos de lo académico y lo práctico, que sirva en la Administración de Justicia y lo que está enmarcado en la educación en el contexto de la convergencia a los estándares internacionales de información financiera NIIF o IFRS (sus siglas en inglés).

La Auditoría Forense ante la existencia de supuestos actos dolosos o fraudulentos, impone la aplicación de técnicas, procedimientos específicos o alternativos que permitan obtener evidencias y pruebas de los hechos ocurridos en este caso y en especial contra del Medio Ambiente, conformado por la flora, la fauna y el medio ambiente empresarial.

La Auditoría Forense enfocada al Medio Ambiente surge como resultado de esta creciente preocupación acerca de la problemática Medio Ambiental y del papel asumido por las empresas en cuanto a la responsabilidad que les concierne. Se trata de una herramienta poderosa, capaz de evaluar y sentar las bases de una política cuidadosa con el Medio Ambiente, que tenga en cuenta el entorno que rodea a las industrias, al estado y otros que están interesados hoy en día por el tema, el cual llegara a ser la próxima crisis “la medio ambiental”.

Como herramienta, es trascendental porque ayuda a los investigadores forenses a determinar quienes cometieron los ilícitos contra el medio ambiente, los comportamientos que han puesto o que pongan en peligro sus componentes o la salud de la raza humana o la desaparición de especies o la destrucción de la flora, estas acciones que realizan las personas y organizaciones empresariales afectando gravemente los elementos del ambiente como el aire, el agua, el suelo, el espacio, la atmosfera y el ambiente empresarial entre otros; estos se describen como delitos tipificados por las leyes como prohibidos y su violación trae como consecuencia sanciones civiles y penales, pero que una vez sucedidos se entra a investigar y de esta forma dictaminar como Peritos auxiliares de la justicia, en ese proceso de administración de justicia, como se establece en la legislación penal, nacional o internacional.

De aquí el valor de mostrar que no necesariamente el profesional en Contaduría Pública puede reunir el perfil para ser Auditor Forense, sino que con la ayuda de otras profesiones podrá investigar y determinar lo que sucedió en hechos que ameriten la presencia de un profesional de este nivel y que dictamine en un estrado

judicial ante un juez, la labor investigativa mencionada en su dictamen pericial, con las evidencias y pruebas que justifiquen su actuar, que es lo que lo diferencia de una Auditoria Tradicional o Integral.

Es fundamental ver los nuevos retos que se presentan a todas las profesiones hoy en día, para trabajar de la mano con los entes de control bien en el sector privado como en el público en desarrollo de aquellos allanamientos a los diferentes sucesos de fraude o de delitos tipificados por la Ley y que requieran de una investigación forense de peritos expertos en Medio Ambiente, que ayuden a la Administración de la Justicia identificando a los victimarios.

CUERPO

La Auditoria Forense, realiza un análisis teórico y práctico sobre la evolución del Fraude en la administración organizacional, manejos financieros, delitos cometidos a lo cultural, en lo político, lo social, en la educación, ambiental y en general todas las áreas sobre las cuales se sustenta la gestión pública y privada financiera, de tal forma que el estudiante o el profesional podrá comprender las pautas y antecedentes tanto conceptuales como históricos, sobre las cuales estriba el desarrollo y la valuación de la administración y la actividad financiera en general, en donde los fraudes afectaron o afectan a la sociedad o a las comunidades.

En el ámbito evolutivo de los fraudes, el estudiante o el profesional podrá vislumbrar desde diversos enfoques teóricos, las causas y efectos de las diferentes transformaciones que el Estado y las Organizaciones Empresariales han experimentado desde inicios de la humanidad si es necesario o los registrados en el siglo XX hasta la actualidad, en el entorno de este tipo de trabajo de investigación forense se verán conceptos claros de lo que significa la Auditoria Forense, se demuestra que no solo a la profesión de la Contaduría Pública es importante y necesaria, sino que también es muy valiosa en los campos de acción de las demás profesiones y que una de las finalidades es estar a la vanguardia de los nuevos conceptos y los nuevos mecanismos que influyen en el diario vivir, aportando su experiencia y manejo disciplinarios por los diferentes delitos que se cometen y se perfeccionan cada vez más por los autores del fraude.

Lo que se pretende como objetivo principal es lograr concientizar y que además de esto, se implante en la práctica la investigación de la Auditoria Forense en todos los esquemas que compete dentro del entorno social; y el cómo se puede aportar como especialista en el cuidado de la administración, lo financiero, la tecnología, el ecosistema, lo legal, la cultura y la política entre otros aspectos necesarios en este tema

Dentro de las situaciones que se pueden evidenciar y a su vez demostrar; es que el Auditor Forense es un perito auxiliar de la justicia, debido a que este estará en la capacidad de detectar fraudes y corrupción, con la toma de las pruebas, evidencias y los hallazgos para descubrir a los victimarios o delincuentes de cuello blanco a nivel gubernamental y privado dictaminando a los jueces quienes en ultimas determinaran y castigaran a los culpables.

Conseguir y promover que los profesionales de cualquier área, se enfoquen en la capacitación y evolución de este proceso para que lo implementen en sus organizaciones económicas y hasta en su vida personal.

En la actualidad con la impresionante cantidad de hechos de corrupción que día a día sacudieron y sacuden a las organizaciones empresariales en todo el mundo y especialmente en Colombia en esta década, notoria por los montos perdidos y la duración de los esquemas utilizados, ocasionó un frenesí entre los usuarios y los propietarios, los administradores, desesperados por encontrar una solución verdadera para solucionar este problema.

Esto llevo a los teóricos de nuevo a sus escritos y de allí surgió la tendencia de adoptar esquemas de Gobierno Corporativo, como herramienta para combatir el fenómeno, o de la creación de normas para fortalecer a los entes de control a nivel nacional y a nivel mundial, para detener los avances del terrorismo y por ende de la financiación de los mismos, a través del manejo de los presupuestos de las naciones y en especial de los llamados tercermundistas, en donde sus gobiernos son débiles o corruptos o son nombrados por ellos mismos o por los países paraísos fiscales y por aquellos países desarrollados que venden las armas y con la aplicación de una doble moral.

Muchas de las Organizaciones Empresariales en el mundo y en especial en Colombia, desarrollaron y suscribieron acuerdos de gobierno corporativo, códigos país, códigos de conducta y códigos de valores y de ética, que conformaron Comités de Auditoría, cuyos prestigiosos miembros serían garantía de seriedad y hacer grandes gastos en Auditorías investigativas llamadas forenses.

De acuerdo a lo mencionado por el Periódico El Colombiano: “Pero, hay que aceptar que los defraudadores encontraron la manera de adaptarse a este nuevo ecosistema, en apariencia más hostil a sus pretensiones. El fraude siguió campeando y pronto conocimos de nuevos escandalosos casos de malos manejos y de quiebra de empresas. Forzoso es concluir que la receta no produjo el resultado que se esperaba. Una vez más, la realidad superó con creces a las expectativas en materia de control a la materialización de hechos corruptos, por lo que el único camino razonable que queda es el de volver al escritorio de la teoría, para tratar de hallar una fórmula que sí funcione” .

Haciendo un recuento en la historia encontramos que el primer documento conocido en el cual se habló de la Auditoria Forense es el Código de Hammurabi, porque si lo vemos en las Ciencias Forenses este aparece en la China y en Egipto entre los años 5.000 y 3.000 a.c., cuando se realizaban las momificaciones y se querían conocer las causas de la muerte de las personas, en lo legal conocido por el hombre el código de Hammurabi, que en algunos de sus fragmentos da a entender el concepto básico de contabilidad forense: demostrar con documentación contable un fraude o una mentira.

Como ya se ha hablado, en las Ciudades Romanas se trataban las asambleas públicas y los juicios; por extensión, sitio en que los tribunales oyen y determinan las causas; por lo tanto, lo forense se vincula con lo relativo al derecho y la aplicación de la ley, en la medida en que se busca que un profesional idóneo asista al juez en asuntos legales que le competan y para ello aporte pruebas de carácter público para presentar en el foro, en la actualidad, la corte.

Ya en la Revolución Industrial, a medida que el tamaño de las empresas aumentaba sus propietarios empezaron a utilizar servicios de gerentes contratados. Con la separación de propiedad y gerencia, los ausentes propietarios acudieron a los auditores para detectar errores operativos y posibles fraudes.

En los tiempos modernos los Bancos por su alto volumen de operaciones fueron los principales usuarios externos de los informes financieros. Pero en el siglo XX el

célebre contrabandista Norte Americano de licores y otros llamado Al Capone, personaje dedicado a prácticas criminales y al lavado de dinero, cuando un contador del departamento de impuesto se dedicó a buscar las evidencias y pruebas, encontró una gran cantidad de evidencias, como ejemplo el libro de pagos, con el cual se pudo comprobar que el volumen de ventas superaba la capacidad teórica del negocio de los lavadores, de hecho, el volumen de ventas real y el volumen de ventas declarado iban lejanos. Con lo cual la fiscalía pudo demostrar el fraude en el pago de impuestos de Al Capone y en sus lavadores del dinero y de esta manera desmantelar la organización criminal que había montado.

También se conoce como parte de la reseña histórica el caso de Watergate el 17 de junio de 1972 fue la fecha en que estalló el escándalo Watergate, uno de los casos más resonantes de los Estados Unidos. El edificio Watergate era la sede donde funcionaba el Partido Demócrata, en la madrugada de ese día, cinco hombres fueron detenidos mientras trataban de instalar equipos electrónicos de espionaje. Las grabaciones de las conversaciones que tuvieron lugar en la oficina del presidente desde principios de 1971, de cuya existencia informó el testigo Alexander P. Butterfield, se convirtieron en una de las claves principales del escándalo. Estos eran tiempos de campaña electoral y entre los detenidos se encontraba el jefe del servicio de seguridad del comité de reelección del entonces presidente Richard Nixon. Cuando el caso parecía entrar en el olvido, Bob Woodward y Carl Bernstein, dos periodistas del diario The Washington Post, uno de los más influyentes de ese país, revelaron detalles del asunto y acusaron al presidente de tratar de congelar las investigaciones.

Los periodistas fueron "guiados" por un misterioso personaje al que bautizaron como "garganta profunda" que llevó a los reporteros a descubrir el caso de espionaje en el que estaban implicadas las más altas instancias del Estado y fue un hito en la investigación periodística (33 años después de los hechos el ex directivo del FBI Mark Felt, confesó que él fue "garganta profunda").

Ante la evidencia de espionaje, se formó una comisión investigadora y casi todos los colaboradores de Nixon renunciaron a sus cargos, envueltos en una red de sospechas. A partir de entonces, y durante dos años, fueron surgiendo cada vez más elementos que comprometían la actuación de Nixon. Aunque al principio se defendió negando tener conocimiento del hecho, finalmente admitió las acusaciones. El presidente Nixon y su vicepresidente Spiro Agnew fueron reelegidos, pero el escándalo no cesó. El 24 de julio de 1974 la Corte Suprema acusó al presidente de "obstruir las investigaciones judiciales", "abuso de poder" y "ultraje al Congreso", y de haber utilizado a la CIA y el FBI con fines políticos. Nixon renunció el 8 de agosto a su cargo de presidente. Como resultado del trabajo el Presidente Nixon abandonó la Casa Blanca en helicóptero y dijo "Nos vamos con grandes esperanzas... y también con gran humildad".

La Profesión de la Contaduría Pública ha sido la pionera en manejar este tipo de Auditoria y desde hace mucho tiempo, de hecho que se encuentre en museos, documentos relacionados con registros contables pertenecientes al antiguo Egipto, Sumerios y todas las grandes civilizaciones del pasado, sin embargo, la Auditoria Forense nace cuando se vincula lo legal con los registros, las evidencias y las pruebas contables, el primer documento legal conocido es el Código de Hammurabi que condenaba entonces el fraude o la mentira del que negaba haber recibido un pago.

A propósito de esto, el boletín Interamericano de Contabilidad de la AIC, 2002 publicó lo siguiente: "...El número creciente de escándalos financieros y fraudes en años

recientes ha hecho a la Contabilidad Forense una de las áreas de crecimiento más rápidas de la contabilidad y una de las trayectorias de carrera más seguras para los Contadores. En abril 11 de 2002, ABC News transmitió una extraña noticia imaginando una nueva serie de televisión llamada "La brigada del fraude", la cual dramatizaría este campo de rápido crecimiento. "Ya casi se puede escuchar el tono", escribe ABC, "Es como Quincy, solamente que con balances generales en lugar de cadáveres".

En los tiempos modernos o de globalización exigen de la profesión contable nuevas tareas y presenta nuevos retos cada día; como entre otros tenemos el fraude, la corrupción, el narcotráfico y el "terrorismo" asociado, al lavado de activos y el blanqueo de dinero entre otros, hacen que el profesional de la Contaduría Pública sea más especializada y experta en su labor, con el apoyo de las demás disciplinas dependiendo la necesidad que exige la investigación forense.

Por esto la Auditoría Forense se presenta como una alternativa u opción válida para que el trabajo tenga mayor eficacia en estos difíciles momentos. La Comunidad espera que el Auditor Forense le brinde la seguridad necesaria en el desarrollo de las investigaciones, determinado al posible o posibles culpables; para que los grupos de delinquentes en los diferentes aspectos como son lo cultural, lo social, lo ambiental, la educación, lo político, lo tecnológico y en lo administrativo y financiero ayuden a la financiación del terrorismo.

Lo que le dio el origen y la causa de la Auditoría Forense, se debe tener en cuenta que para hablar de normatividad forense podemos comenzar mencionando a la constitución política de Colombia (1991) donde encontramos los principios que se refieren a la obligatoriedad del respeto por los derechos humanos, la libertad e igualdad ante la ley pues quienes hacen parte del país gocen de los mismos derechos al igual que se tienen las mismas obligaciones con el Estado sin discriminación de ninguna clase. Respecto a esto, la ciencia forense que es un instrumento de apoyo para las entidades creadas con el fin de hacer cumplir las normas que son muy claras en su contexto.

Lo que hace referencia al código de procedimientos penal, este reglamenta algunas prácticas que se llevan a cabo para el desarrollo de la ciencia forense o de investigaciones forenses así no lo mencione en el fondo lo es. El Código de Procedimiento Penal es la carta de navegación dentro del Sistema Penal Acusatorio en Colombia, y en este, el Congreso de la República expidió la ley 906 del 2004, de la que se puede extraer varios artículos que constituyen la normatividad en la práctica para ser aplicada en la Auditoría Forense y que se presentaran los aspectos más relevantes en mi opinión.

En el libro II, sobre técnicas de indagación e investigación de la prueba y sistema probatorio, el cual también rige para la Policía Nacional, se puede mencionar los siguientes artículos:

En el Artículo 204. Órgano técnico-científico. El Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses, de conformidad con la ley y lo establecido en el estatuto orgánico de la Fiscalía General de la Nación, prestará auxilio y apoyo técnico-científico en las investigaciones desarrolladas por la Fiscalía General de la Nación y los organismos con funciones de Policía Judicial. Igualmente lo hará con el imputado o su defensor cuando estos lo soliciten.

La Fiscalía General de la Nación, el imputado o su defensor se apoyarán, cuando fuere necesario, en laboratorios privados nacionales o extranjeros o en los de universidades

públicas o privadas, nacionales o extranjeras, que presten este servicio. También prestarán apoyo técnico-científico los laboratorios forenses de los organismos de Policía Judicial como en este caso la SIJIN.

En el Artículo 205. Actividad de policía judicial en la indagación e investigación. Los servidores públicos que, en ejercicio de sus funciones de policía judicial, reciban denuncias, querellas o informes de otra clase, de los cuales se infiera la posible comisión de un delito o el indicio de un fraude, realizarán de inmediato todos los actos urgentes, tales como inspección en el lugar del hecho, inspección de cadáver, entrevistas e interrogatorios. Además, identificarán, recogerán, embalarán técnicamente los elementos materiales probatorios y evidencia física y registrarán por escrito, grabación magnetofónica o fonóptica las entrevistas e interrogatorios y se someterán a cadena de custodia.

Cuando deba practicarse examen médico-legal a la víctima, en lo posible, la acompañará al centro médico respectivo. Si se trata de un cadáver, este será trasladado a la respectiva dependencia del Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses o, en su defecto, a un centro médico oficial para que se realice la necropsia médico-legal. Sobre esos actos urgentes y sus resultados la policía judicial deberá presentar, dentro de las treinta y seis (36) horas siguientes, un informe ejecutivo al fiscal competente para que asuma la dirección, coordinación y control de la investigación. En cualquier caso, las autoridades de Policía Judicial harán un reporte de iniciación de su actividad para que la Fiscalía General de la Nación asuma inmediatamente esa dirección, coordinación y control.

El Artículo 254. Aplicación. Con el fin de demostrar la autenticidad de los elementos materiales probatorios y evidencia física, la cadena de custodia se aplicará teniendo en cuenta los siguientes factores: identidad, estado original, condiciones de recolección, preservación, embalaje y envío; lugares y fechas de permanencia y los cambios que cada custodio haya realizado. Igualmente se registrará el nombre y la identificación de todas las personas que hayan estado en contacto con esos elementos. La cadena de custodia se iniciará en el lugar donde se descubran, recauden o encuentren los elementos materiales probatorios y evidencia física, y finaliza por orden de autoridad competente.

Parágrafo. El Fiscal General de la Nación reglamentará lo relacionado con el diseño, aplicación y control del sistema de cadena de custodia, de acuerdo con los avances científicos, técnicos y artísticos.

Con respecto a lo anterior aún no existe una reglamentación que haga parte del Sistema Penal Acusatorio, sobre los documentos que hagan parte de una investigación para el caso de los fraudes cometidos con documentos, Estructuras Financieras u Orgánicas entre muchos otros que servirían como elementos probatorios en el caso de los victimarios o delincuentes de cuello blanco que alimentan día a día a la corrupción, que servirían para condenarlos con castigos ejemplares y que eviten que otros sigan cometiendo los mismos fraudes que al no ser investigados correctamente y en su debida oportunidad se conviertan en delitos.

Todo esto indica que se debe atender una demanda real de formación en el marco Nacional en las diferentes disciplinas profesionales de Peritos Auxiliares de la Justicia, mediante la oferta de programas como el de Especialización, Maestría o Doctorado en Auditoria Forense, mediante el cual se imparta educación formal con base en principios de calidad, oportunidad, flexibilización, valor social, coherencia institucional y otros tanto más que le sean necesarios, como en el pregrado establecer

asignaturas que mencionen el tema no solo en los programas de Contaduría pública, sino a todos los demás bien como electiva u optativas, generando interés para ello. Como ocurre en algunos programas de Especialización en Revisoría Fiscal, que tan solo se imparte un corto tiempo en el tema de la Auditoria Forense, en donde es difícil enmarcar la importancia de ello y porque el Revisor Fiscal debe utilizarla como otra herramienta importante en el desempeño de sus funciones encomendadas hasta ahora desde el año 1931 con la Ley 58.

En Colombia se cuenta en la actualidad con 32 Contralorías Departamentales, 4 Distritales y 30 municipales, que suman más de 2000 funcionarios que se desempeñan en el área del control fiscal de acuerdo a la Ley 42 de 1993, sin contar aquellos que por sus funciones deben tener formación en Gerencia Pública (alcaldes, gobernadores, concejales, diputados, personeros, entre otros), directores de empresas públicas y descentralizadas, sumando así más de 25.000 funcionarios en la administración pública sin contar con las Contralorías, la Contaduría, la Procuraduría, la Fiscalía, las Superintendencias y las organizaciones económicas de los sectores privados y las PYMES, que deben Capacitarse en el manejo Ciencias Fiscales y en el manejo de la Administración de la Justicia.

Por lo tanto, es evidente la oportunidad de formación que se imparte a un Especialista o Magister o Doctorado en Auditoria Forense, tanto a escala regional como nacional, extendiendo el alcance de formación a los contratistas y particulares interesados en los asuntos de la gerencia pública y privada, superando las barreras locales; sin embargo, siendo la gerencia pública colombiana un área tan específica, no pueden determinarse los alcances a escala internacional que puede tener un programa de estos, sino en relación con la conformación de redes y la participación de los egresados en los eventos de carácter internacional, desde los aspectos de lo privado, esto no escatima que no se pueda desenvolver en los aspectos del sector público y que se fortalezcan esas instituciones con departamentos especializados en Investigaciones Forenses, con laboratorios igualmente especializados y dotados, para las labores del peritaje de las investigaciones forenses necesarias e importantes que realizaría el Auditor Forense.

En este sentido, es oportuno mencionar que la Constitución Política de 1991 sentó las bases para la conformación del sistema de control fiscal que recae sobre la gestión fiscal, como también con la Ley 906 de 2004 donde se establecen los aspectos del Código de Procedimiento Penal determinando las consecuencias jurídicas de tal ejercicio a través de la responsabilidad fiscal que involucra, tanto a los servidores públicos, como a los contratistas y particulares habilitados para el manejo de los recursos públicos, que realicen gestión fiscal o como investigadores forenses convertidos en peritos auxiliares de la justicia, incluyendo los recursos del Estado, así como los alcances disciplinarios y penales que se deduzcan de las actuaciones administrativas que concretan las funciones, los controles y procedimientos de investigación, que no se convierten en ser preventivos sino investigadores de crímenes económicos, cometidos en los diferentes aspectos ilegales y que los delincuentes de cuello blanco quieren ocultar en sus perversas acciones diarias de operaciones legales. Con un Especialista o Magister o Doctorado en Auditoria Forense, este ofrece a la comunidad como también le brinda la posibilidad de ofrecer formación a los contratistas y particulares interesados en la esfera pública y privada, lo cual permite profundizar en los problemas actuales de la Gerencia Pública y Privada como lo es la corrupción y el déficit fiscal, la corrupción en ambos sectores y que han derivado en

hallazgos y posterior inicio de procesos de responsabilidad fiscal y penal por indebido manejo de los recursos del Estado, en el deterioro del Medio Ambiente, los aspectos sociales, culturales, educación, políticos, tecnológicos, administrativos y financieros entre otros que hayan contribuido con el manejo de fraudes y delitos, con los cuales no hay herramientas o protocolos claros en los allanamientos que ayuden a la conservación de las evidencias y pruebas recogidas y manejadas por la Cadena de Custodia, que garantice la efectividad de los mismos y que lo hallado sea lo mismo que se lleve a los laboratorios de investigación científica y coadyuvar a la Administración de Justicia en forma efectiva y con calidad como lo es requerida para estos casos y de esta forma castigar a los delincuentes en especial a los de cuello blanco, mostrando más efectividad a la hora del cumplimiento de la Administración de la justicia por parte de los Jueces.

Lo que respecta al Medio Ambiente un Especialista o Magister o Doctorado en Auditoria Forense ayudaría a investigar aquellos casos forenses con la finalidad de dar a conocer a los victimarios y la situación del medio ambiente, lo social y lo cultural, respecto al abuso actual dado principalmente por el ser humano, a las comunidades y el efecto en lo cultural descubrir quien ha sometido a estos a desgastes que se han reflejado en los diferentes cambios climáticos, de igual forma las implicaciones e identificación de estos victimarios, en esos efectos sociales y culturales en las diferentes regiones, como consecuencia de los fraudes y delitos cometidos en las regiones y lugares que ocurran.

Se busca dar una introducción al tema mediante los antecedentes a los que refiere el medio ambiente, observar definiciones y a su misma vez analizar las normas más relevantes que se encuentran referente a cada uno de los temas y con la normatividad dada a nivel nacional e internacional.

Para este caso del Medio Ambiente, se requiere que el análisis de herramientas como lo serán investigaciones forenses específicas en cuanto a maltrato animal, abuso a la flora, fauna y así mismo establecer el abuso que puede generar en el ambiente laboral, en lo social. En la educación y en lo cultural donde diariamente desarrollamos nuestras actividades profesionales o las de las investigaciones que se esté realizando, con esto se busca establecer el alcance y la devastación que el ser humano ha generado en el medio ambiente y afectando igualmente a lo social y cultural, de esta forma poder representarlo en un caso específico como perito auxiliar de la justicia, y así establecer la importancia de la Auditoria Forense enfocada al medio ambiente, social y lo cultural.

Esto tendría como objetivo el llevar a la práctica los conocimientos adquiridos en el transcurso de un formación adecuada pre-gradual o post-gradual, midiendo el nivel de análisis y la aplicación de las bases de Auditoria Forense, para llevarlo a la practica en un caso específico, teniendo en cuenta aspectos relevantes como lo son antecedentes, definiciones, normatividad entre otras herramientas necesarias para el buen desarrollo de las investigaciones quienes se convertirían en peritos auxiliares de la Justicia, que mediante su oralidad participarían en los estrados judiciales.

De esta forma se espera entender el desarrollo e incidencia que ha tenido el ser humano en cada uno de los casos, tomando como base un caso o casos a profundidad. Así mismo poder establecer la viabilidad que podría tener a futuro y que cambios deberían realizar a corto, mediano y largo plazo, para la protección del medio ambiente, a lo social y a lo cultural.

Este trabajo de la Auditoria Forense aplicado al Medio Ambiente, es realizado mediante cuatro pasos importantes que son: La planeación, trabajo de campo un Diagnostico y Resumen que incluye el Informe y Dictamen Pericial dado por los investigadores.

En pocas palabras se definirá cada uno de ellos:

Planeación: la auditoria forense se establecerá mediante una planeación de la investigación forense se realizara con: a) obtener el conocimiento general de la situación del caso, b) analizar todos los indicadores de fraude existentes que influyan en la información contenida en el caso, c) evaluación del control interno que hace parte del contenido que se tiene del caso, d) una definición inicial de la información que se tiene del caso, e) investigar tanto como sea posible y necesario para elaborar un diagnóstico y preparar el informe y el dictamen pericial y f) determinar los programas de auditoria forense (objetivos, alcance, tiempo, recursos, normas, riesgo de auditoria).

Trabajo de Campo: Esta parte que es fundamental y fuerte en el desarrollo de la investigación del Auditor Forense, donde se hace el levantamiento de las evidencias y las pruebas necesarias para soportar posteriormente el dictamen y el informe pericial que se desprenda de la investigación forense, de los expertos en las diferentes etapas de la misma y su soporte como papeles de trabajo y el entrar en el proceso de cadena de custodia, con los siguientes aspectos: a) marcarse y codificarse, b) elaborar un inventario de cada evidencia, c) exigir copia del inventario, d) evidenciar el lugar donde fueron encontrados, e) empacar en bolsa plástica sellar y entregar para su almacenamiento y custodia, f) los documentos deben colocarse en portapapeles o protectores de documentos para su manejo, g) los procedimientos programados pueden variar, h) debe ser flexible, i) la ejecución debe realizarse con sagacidad y cautela, j) el equipo debe ser multidisciplinario, k) manejar evidencias y pruebas con sorpresa, l) el manejo de la investigación documental, m) realizar entrevistas, n) la observación y otras técnicas de auditoria necesarias y tener una malicia indígena que nos caracteriza. Estas deben ser pertinentes, es decir, debe ser competente que está relacionada con el hallazgo específico y por lo tanto la hace valida y relevante como se establece en la Ley 906 del 2004.

Diagnóstico: Este es un aspecto en los cuales los integrantes del equipo de Auditoria Forense deben fortalecer los aspectos anteriores, que califican los resultados hasta ahora recolectados con base a las evidencias y pruebas necesarias para la investigación forense, donde se muestra su pericia en las investigaciones desde lo disciplinar.

Se debe determinar si son o no suficientes y si estas necesitan revisión, ampliación o por lo contrario son suficientes para concluir el trabajo de investigación forense. Se corrobora con la planeación, con las pautas para el informe o el dictamen del peritaje. Este diagnóstico debe ser integral, con proyección psicológica, política y participativa entre los miembros del equipo forense.

Comunicación de resultados: Después de seguir paso a paso todos los protocolos de la investigación, el Auditor Forense se prepara para su comparecencia ante los tribunales como un “testigo experto”, y “he aquí un gran espacio para el contador público” menciona el diario la Nación de España, los cuales deben ser cautos, prudentes, bien redactados, estratégicos, oportunos, con base a lo que requiere el juez o quien ha contratado al Auditor Forense para el trabajo de investigación.

El informe y el dictamen forense que es el resultado del trabajo del Auditor Forense, deben contener las evidencias, pruebas, el acto y el peritaje que hayan sido decretados en forma legal y en nuestro caso como lo establece la Ley 906 de 2004. Estos deben basarse exclusivamente en las pruebas obtenidas y unificadas de acuerdo con los estándares Internacionales para estos casos y bajo parámetros de investigación legal.

Conclusiones

Las Organizaciones Empresariales que más contaminan son las pequeñas y medianas, del sector industrial, porque estas realizan menos auditorias de todo tipo, por la escasez de sus recursos económicos y la capacidad Administrativa de realizarlas, por tal motivo no es posible prever y tener los controles necesarios para no contaminar el medio ambiente en el desarrollo de su actividad.

La falta de compromiso por parte de la Administración de las organizaciones empresariales, como también de los Contadores, Auditores y Revisores Fiscales, en el control y cumplimiento de las normas legales en especial en el Medio Ambiente.

Las normas deben ser aplicadas y en cada caso realmente se debe castigar a las personas que las incumplan o las infrinjan, uno de los puntos más importante en cuanto a nuestra fauna y flora es la desaparición de las especies en vía de extinción y del Medio Ambiente Empresarial.

De acuerdo con la actividad que es desarrollada por la organización empresarial, el impacto que ejerce sobre el medio ambiente, es amplio.

Existen procedimientos adecuados para evitar la contaminación de los suelos, del agua y de la atmósfera. Estos procesos están reglamentados por el Estado y por convenios internacionales los cuales se deben implementar en todo tipo de organización económica, con el fin de evitar la contaminación del medio ambiente (la flora, la fauna y del medio ambiente empresarial), siendo responsabilidad del Contador Público y de la Administración que estas normas se cumplan.

El Contador Público, el Auditor y el Revisor Fiscal debe reconocer, valorar e informar sobre pasivos o beneficios medioambientales con el fin concientizar a la Administración sobre estos temas y disminuir los impactos financieros negativos que estos le puedan generar a la Organización Empresarial y a las comunidades.

Implementar oportunamente políticas y lineamientos integrales para hacer frente a los ilícitos cometidos sobre el Medio Ambiente, especialmente cuando se tengan pruebas y evidencias.

La Auditoria Forense, sí es una herramienta de investigación, para aquellos casos en donde se comete fraude o se tienen actividades ilegales, donde se utiliza la tecnología.

Finalmente debe tomarse en consideración, que en cada organización, la Administración debe determinar cuáles son los factores de riesgo que comprometen en la estabilidad y la continuidad de los servicios que presta y cuando tengan que afectar al Medio Ambiente. La legislación penal colombiana sigue siendo insuficiente y muy débil en los castigos a quienes cometen fraude en contra del Medio Ambiente.

Las medidas tomadas por los Auditores y los Entes de Control del estado en cada fiscalización deberán prever la posibilidad de que existan irregularidades.

La estrategia de la Administración debe ser el diseño de controles preventivos, detectivos y correctivos, en el desarrollo de sus actividades y en el desarrollo del Medio Ambiente, como se plantea también en el art. 7 de la Ley 1474 del año 2011, “Medidas Administrativas para la Lucha Contra la Corrupción”, que obligan al

cumplimiento de las responsabilidades de los Contadores y el compromiso del Revisoría Fiscal al cumplimiento de su trabajo, como lo ha establecido la Ley 58 de 1931 y la 73 de 1935, 410 de 1971 y la 90 de 1990.

De acuerdo a la globalización, existen acuerdos y tratados que rigen normas y leyes de tipo penal comercial, y de información que aplican al sector del Medio Ambiente valorando los efectos en lo Financiero.

Se considera que en el país las Universidades deberían profundizar mucho más sobre este aspecto, debido a que es un tema de actualidad y se necesita documentar mejor para un futuro no muy lejano a los que ejercen control como es el caso de los Contadores Públicos, Auditores, Revisores Fiscales y a la Administración en General, con la creación no la proliferación de Especialización o Maestría o Doctorado en Auditoría Forense, con expertos investigadores y experiencia en las diferentes disciplinas, que fortalezcan el tema y un laboratorio o laboratorios dotados con la tecnología y herramientas necesarias para el desarrollo de dichas investigaciones.

Bibliografía

- Canadian Institute of Chartered Business Valuators, Toronto, “valuation Standards”. Handbook 2000 y 2001.
- APARICIO, Luis Delgado, Auditoría Forense, evidencias técnicas como detectar el fraude y corrupción, Bolivia.
- Sing, A., “Forensic Accounting: Looking for clues”, in Australian CPA, 69 of March 1999.
- Vogel, T. “Forensic Examination” Accountancy, December 2000.
- Document, the Canadian Institute of Chartered Accountants. Oral testimony present before the US panel on Audit Effectiveness, public Hearing, NY, in July 2000.
- Rodríguez CASTRO, Braulio, Una aproximación a la Auditoría Forense, Profesor-investigador, Universidad Javeriana, 2002.
- Documento de la revista Visión Contable de la Universidad Inca. Dr. Danilo Lugo C. “Auditoría Forense – Una perspectiva de investigación Científica” Edición 2 Año 1 Sep. /Oct. 2003.
- RAMIREZ ACOSTA, Carlos, Licenciado de la Federación Panamericana de Seguridad Privada Capítulo México, A.C., “Las Mejores Prácticas en la Computación Forense – Para el tratamiento de la evidencia digital” Abril 2003.
- Red Contable, “Breve historia de la Auditoría Forense”, Agosto 2003.
- Estándares, de la Asociación de Auditoría y Control de Sistemas de Información. 2002.
- Tercer Congreso Nacional de Contabilidad Pública, El Control Interno Contable “Herramienta para la Transparencia en la Gestión Pública”, Bogotá D.C. Noviembre 2003.
- FONSECA, Vivas Álvaro, Auditoría Forense aplicada a las Instituciones de educación Superior, ediciones eae España 2013.
- FONSECA, Vivas Álvaro, Auditoría Forense en la página de redcontable.com Artículo en la Revista de Investigación Dialéctica N° 20 de la FUP “Lavado de Activos en el Sector Financiero”.
<http://www.unipanamericana.edu.co/dialectica/index.html>
- Auditoría Del Lavado de Activos y Blanqueo de Dinero. Red-contable. 2007.

- Mecanismos de control del lavado de activos, aplicado por la casa de cambios Unidas S.A. publicada en La revista Dialéctica N° 21 de la FUP
<http://www.unipanamericana.edu.co/dialectica/index.html>
- Artículo publicado en Perú <http://perugestion.com/blog/?p=111>
- Artículos Varios en www.redcontable.com
- Video de conferencia internacional en Red-contable.
http://www.redcontable.com/dc/conferencias_online_gratis_2006_2007/videos/
http://saces.mineducacion.gov.co/pares/usuarios/experiencia_nueva.php
- Auditoría Forense Aplicado a la Tecnología. <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/auditoria-forense-aplicada-tecnologia/auditoria-forense-aplicada-tecnologia.shtml>
- Conferencia virtual a nivel Iberoamericana año 2006.
http://www.redcontable.com/v71/eventos/programacion_conferencias_2006_2007/cronograma.htm
- Artículo en Actualicese.com. ¿La profesión de la contaduría Pública se acabará e Colombia? <http://www.actualicese.com/denuestrosusuarios/la-profesion-de-la-contaduria-publica-se-acabara-en-colombia-alvaro-fonseca-vivas/>
- Artículo sobre trabajo de Auditoría Forense aplicada a lo Social, año 2008.
<http://www.monografias.com/trabajos-pdf2/auditoria-forense-aplicada-social/auditoria-forense-aplicada-social.shtml>
- Artículo sobre trabajo de Auditoría Forense aplicado a lo Cultural año 2009.
<http://www.monografias.com/trabajos-pdf3/auditoria-forense-aplicada-cultural/auditoria-forense-aplicada-cultural.shtml>

COMPETITIVIDAD DE LOS SISTEMAS PRODUCTO EN LA REGIÓN SUR DE JALISCO: CASO SISTEMA PRODUCTO AGUACATE¹

Berta Ermila Madrigal Torres, Claudia Saldaña Orozco y Norma Angélica Siordia Ornelas
(Centro Universitario de Sur)

Resumen

Este trabajo es derivado del proyecto de investigación denominado, "El capital social de los Sistemas Producto en la región sur de Jalisco" ¿Emprendurismo² social y/o política de gobierno? El cual fue apoyado para su desarrollo por el Centro universitario del Sur. En este caso se presenta el nivel de competitividad del Sistema producto aguacate, desde tres perspectivas la percepción de las instancias de gobierno, datos duros y los empresarios.

Investigación holística y participativa, se presentan resultados de la primera etapa. Se utilizó guías de entrevista semiestructurada, que responde a la pregunta de investigación ¿Cuál es su capital social, redes de innovación y competitividad de los sistemas producto en la Región Sur? Donde hemos identificado un gran nivel de competitividad y la red de construcción de un capital social en formación, lo cual los ha llevado a este nivel.

Palabras Clave: Sistemas producto, competitividad, capital social.

Abstract

This work is derived from the research project called, "The social capital of product systems in the southern region of Jalisco". Do social entrepreneurship and political Government? Which did the University of the South support for its development? In this case is the level of competitiveness of the system product avocado, from three perspectives the perception of instances of Government, hard data and your perspective of the entrepreneurs.

Research holistic and participatory, we present results of the first stage. Used guides of semi-structured interview, responding to the question of research. What are their social capital, networks of innovation and competitiveness of the system product in the South Region? Where have we identified a high level of competitiveness and the network of social capital formation in construction, which has led them to this level.

Keywords: Product systems, competitiveness, social capital.

Introducción

Los líderes empresariales de la Región Sur de Jalisco en relación a las cadenas agroalimentarias y la conformación de sistemas producto, tiene proyectos estratégicos de desarrollo, de tal forma que en una década se ha venido construyendo un capital social con cierto nivel de competitividad. Por lo cual, en el equipo de trabajo

¹ Con el apoyo y colaboración de los Auxiliares de Investigación, Rebeca Contreras, Miguel Leyva y Aurora (2014), Sahara y Fernanda Gutiérrez (2015).

² NOTA DEL EDITOR: Se recomienda emplear la palabra **emprendimiento**:

<http://www.forbes.com.mx/di-al-empredurismo/>

<http://www.fundeu.es/recomendacion/emprendimiento-no-empredurismo-ni-empredurismo-729/>

realizamos Investigación participativa, para identificar, apoyar y diseñar políticas estratégicas para su desarrollo regional e impulsar nuevos sistemas producto.

Para responder a las preguntas de investigación en este caso se presentan avances donde se planteó la pregunta de investigación ¿Cuál es su capital social, redes de innovación y competitividad en un sistema producto? En este caso el SP aguacate.

Se utiliza como referencia la metodología desarrollada en el Instituto para el Desarrollo de la Innovación y la Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa (IDITpyme) liderada por el Dr. Ricardo Arechavala y colaboradores, apoyada con estrategias de investigación como son: *focus group*, realización de guías de entrevista a actores e informantes clave, así como identificar la política pública para el desarrollo de los sistemas agroalimentarios en México, Jalisco y la Región Sur con la función y corresponsabilidad de cada uno de los actores clave.

En esta primera instancia se presenta los resultados de las entrevistas informantes claves de los sistemas productos que están integrado por funcionarios de instituciones clave e investigadores, análisis de datos duros y blandos, así como la opinión de empresarios.

La opinión de los empresarios fue clave donde dieron a conocer, en qué estado se encuentran cada uno de ellos, además de la percepción de su nivel de consolidación, así como las estrategias de vinculación con los actores del sistema producto aguacate, se llevó a cabo una guía de entrevista con dimensiones y sus respectivos ítems, para conocer cuál es su opinión acerca de los sistema producto, Cultura Empresarial, Exportación, capital social, competitividad, redes de innovación, aprendizaje colectivo, vinculación universidad, dando respuesta cada uno de los líderes del sistema antes mencionado

Marco teórico y conceptual

Para efectos de este estudio manejamos tres variables principales, sistema producto (SP), Capital social y competitividad, porque son variables que no van ligadas para el desarrollo de un sistema producto. En primera instancia se debe conocer el alcance del sistema producto, construir y reorientar el capital social que se requiere y con ello alcanzar un nivel de competitividad.

El sistema producto versus el *cluster*

Los clúster en los países desarrollados se han convertido en una herramienta de desarrollo económico, las iniciativas de agrupación eran asociadas a las economías avanzadas, con proyectos de agrupaciones de desarrollo basadas cada vez más popular en las economías desde la década de 1990. Paradigma que en México los líderes de diferentes sectores han promovido; en Jalisco a finales de los 90's se inicia. En el caso del sistema agroalimentario se puede decir que el Sistema producto viene a sustituir al *cluster*, pero su desarrollo e iniciativa pública es reciente, nace en el 2003 y su ley es en el 2005 por lo tanto la región Sur de Jalisco en una decada ha avanzado en cuanto a su organización se refiere, ya tiene consolidado un Sistema Producto Aguacate.

Para efectos de este estudio asumimos el alcance de sistema producto

En cambio un clúster que define Garnica, (2004) como “*un conjunto de vínculos e interdependencias entre diversos actores (empresas, universidades e instituciones puente) que se involucran en la cadena de valor dedicada a producir bienes, servicios y procesos de innovación*”. Para que este fenómeno se dé primero deben existir líderes

y actores que sean capaces de construir el capital social necesario para la consolidación del Sistema Producto.

La conformación de un sistema producto es similar a la conformación de un clúster, y con ello el impacto en la formación de clúster en la elevación de la competitividad, según lo establece Benzaquen, J. -C.-Z.-V. (2010) sus principales ventajas son

- I. Generar valor agregado al producto
- II. Propicia la creación de nuevas cadenas productivas
- III. Acceder a nuevos mercados.
- IV. Incrementar la capacidad de negociación
- V. Profundizar en la división del trabajo
- VI. Incrementar el nivel de cooperación de la empresas en torno a la cadena de valor
- VII. Estimular la formación de nuevos negocios que deben contribuir a la expansión del Clúster. (Sistema Producto)
- VIII. Incrementa la capacidad de negociación.
- IX. Incrementar la capacidad de innovación mediante la introducción de mejoras organizativas de nuevas técnicas y productos.
- X. Actúa como un factor de atracción a la inversión extranjera
- XI. Generación de economías externas de naturaleza tecnológica y económica o pecuniarias

De las ventajas mencionadas traen consigo el desarrollo de una región y como consecuencia el nivel de calidad de vida de la misma, entre otras ventajas que genera un polo de desarrollo. Como es el caso del desarrollo de las cadenas agroalimentarias.

El capital social como plataforma del sistema producto

Los clúster y en este caso los sistemas producto han sido analizados por los sociólogos y teóricos de la organización enfatizando la importancia de incorporar las redes sociales y el capital social que lo sustenta. El capital social, lo han definido a finales del siglo XX como la ciencias del desarrollo, conformado por el grado de confianza existente entre los actores sociales de una sociedad, las normas practicadas de comportamiento cívico y el nivel de asociatividad. (Kliksberh, 2002).

La CEPAL, (2003:13) define el capital social como “el conjunto de relaciones sociales caracterizadas por actitudes de confianza, comportamientos de cooperación y reciprocidad. Se trata, del recurso de las personas, los grupos y las colectividades en una relación social, en las redes de asociatividad de grupos”. Mientras que Casanueva, Castro, & Galán, (2009:40) definen el capital social “como una red de relaciones que posee una organización o individuo, la cual le proporciona valor al permitirle el acceso a los recursos que están incrustados en la red”.

Casanueva, Castro, & Galán, (2010) concuerdan con CEPAL en relación al capital social, visto como “una red de relaciones que posee una organización (o individuo), la cual le proporciona valor al permitirle el acceso a los recursos que están integrados en la red”. Las redes de negocio según Contreras, López, & Molina, (2011:4) se encuentran conformadas por una dirección de colegas u socios, clientes, proveedores, transportistas, distribuidores y contactos en las universidades, centros de investigación, firmas y asesorías.

Bourdieu, (1980) define al capital social como “el conjunto de recursos que están ligados a la posesión de una red sostenible de relaciones más o menos institucionalizadas, de intercomunicaciones; en otras palabras, que estén ligadas a la

pertenencia a un grupo, como conjunto de agentes que no están dados con propiedades comunes, pero están unidos por vínculos permanentes y útiles”.

En cambio Ostrom, (2003:160) clasifica el capital social con una visión minimalista “el acceso de las personas a redes personales favorables”, lo desarrolla cada individuo en relación a los contactos o amigos que puede encontrar a su alrededor, el cual este capital social se desarrolla a veces a costa de los demás.

Competitividad

No hay un consenso absoluto sobre el concepto de competitividad. Hay, sin embargo, la convención de que ser o no competitivo tampoco es un estado emocional o declarativo, sino algo tangible que se vincula a un conjunto de características humanas, materiales e institucionales que determinan decisiones multidimensionales como las de inversión que no sólo se toman en base al clima de negocios prevaleciente, sino también a indicadores de calidad de vida y medio ambiente.

Algunos autores clasifican a la competitividad de acuerdo a su área de estudio o a su enfoque personal, en los cuales desglosan conceptos, respecto a la competitividad en general y otros referentes a competitividad empresarial (en torno a la organización) y competitividad sistémica (entorno a la forma de trabajo y las habilidades implementadas)

En la era de la globalización, la palabra competitividad es cada vez más utilizada en la vida cotidiana, en la literatura económica y en las políticas públicas para referirse no sólo al desempeño de las empresas, sino también al comportamiento económico de países, regiones y ciudades.

1. La competitividad de una empresa se define en función de su actuación comercial y su habilidad para obtener utilidades que se traducen en reinversión.
2. La competitividad de un país está en función del desempeño microeconómico de sus unidades productivas, de la instrumentación de políticas públicas para promover el crecimiento económico, y de la existencia y evolución de las ventajas territoriales y distributivas que ofrecen las ciudades para el desarrollo de las actividades económicas.
3. Las ciudades, por su parte, compiten entre sí por atracción de inversiones para la creación de empleos y generación de ingresos.

Según (Jaime, 2003) “*La competitividad que registran las unidades económicas de cualquier territorio resulta del aprovechamiento de una serie de factores locales dinámicos que se denominan ventajas competitivas.*”

Por lo cual nos apoyamos en la teoría que engloba la competitividad de las regiones y las variables que se evalúan según (Benzaquen, 2010) “*Se identificaron los determinantes de la competitividad de las regiones, denominándolos pilares: i); gobierno e instituciones; ii); desarrollo económico; iii); infraestructura productiva; iv); capital humano, y v); eficiencia de las empresas.*

Para cada uno de ellos se identificaron cinco factores y sus variables con que se miden diversos aspectos de la competitividad regional. Estos constituyen un segundo y tercer nivel de desagregación que aportan al análisis que se puede realizar con los resultados que se obtengan.

Según (Garrido, 2011) “*Dentro de la dinámica del ecosistema, las relaciones entre los distintos jugadores son de competencia pero también pueden ser de cooperación, la*

cual puede darse de manera sostenida para construir con ellas condiciones de competitividad sistémica.

Mismo Garrido menciona que estas características, los ecosistemas son entidades cambiantes tanto en lo que respecta a sus integrantes como a las relaciones entre ellos y a los límites del propio ecosistema, lo cual dependerá de la correlación entre las distintas estrategias mencionadas, así como de la aparición de nuevos actores o ecosistemas que compitan con aquél. Por lo cual, el estudio se realizó desde diferentes perspectivas.

Según (Porter, 2009) *“La competencia es una de las fuerzas más poderosas de las sociedad para avanzar en muchos ámbitos del esfuerzo humano. El estudio de la competencia y de la creación de valor, en su entera riqueza de matices, han acaparado mi atención durante varias décadas. La competencia es generalizada. Toda organización precisa de una estrategia para ofrecer valor superior a sus clientes.”*

El conformar un sistema producto es uno de los objetivos fundamentales el de dar valor agregado a una actividad agrícola y o empresarial.

Competitividad empresarial

(PLAN RECTOR NACIONAL SISTEMA PRODUCTO AGUACATE, 2012) Se caracteriza al Sistema Producto como la interacción de agentes económicos con fines de rentabilidad enfocados a la producción, distribución y consumo de un producto susceptible de concretar su valor agregado en un mercado concebido globalmente. Se tipifica el Comité Sistema Producto como la entidad ejecutiva de la concepción, diseño e implementación de la estrategia de fortalecimiento del sistema, dicho Comité es convocado y regulado por la autoridad y tiene como principal característica la representatividad y la capacidad efectiva de corresponsabilizarse en el logro de las metas y objetivos planteados en su propia estrategia de desarrollo.

(PLAN RECTOR NACIONAL SISTEMA PRODUCTO AGUACATE, 2012)

Se acota la competitividad como la característica que le permite a un Sistema Producto obtener o elevar su posición de rentabilidad en el mercado meta, nacional o internacional. Se reconoce que en el caso de que la obtención de esta característica implique una transformación radical, esta puede representar incluso la sustitución total o parcial del esquema de producción.

La rentabilidad se acota conceptualmente como la dimensión de la tasa de retorno sobre la inversión en cada uno de los eslabones del Sistema Producto en términos de un criterio de comparación previamente determinado, enmarcado bajo la perspectiva de rentabilidad sustentable. Esta última se define como aquella tasa de retorno sobre la inversión que tiene la capacidad de prevalecer en el tiempo y cubrir todos aquellos elementos de cambio y mejora que permitan mantener la posición competitiva del Sistema Producto en el largo plazo.

Se considera que para que una empresa pueda ser competitiva, depende tanto de factores internos (empleados, directivos, accionistas, dueños de empresas etc.) como externos (proveedores, clientes, inversionistas, gobierno, etc.) los cuales se deben de incentivar directamente por la empresa mediante buenas relaciones públicas, he aquí otro punto estratégico de competitividad. Ya que si existen buenas relaciones existe retroalimentación entre las entidades económicas. (Pelayo, nd) es decir, una empresa obtienen competitividad empresarial cuando está en condiciones para competir con otras del mismo giro en similares o iguales mercados. (Aragón y Rubio, 2005).

Finalmente, el Foro Económico Mundial define la *competitividad* de un país como “*el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan su productividad*”, que no es otra cosa que la relación ente lo producido y los medios empleados para tal fin. A su vez, el nivel de productividad establece el grado sostenible de prosperidad que puede ser logrado por una economía.

Los pilares que el foro determina para el cálculo de su índice de competitividad son: instituciones, infraestructura, estabilidad macroeconómica, salud y educación primaria, educación superior y entrenamiento, eficiencia del mercado de bienes, eficiencia del mercado laboral, sofisticación del mercado financiero, preparación tecnológica, tamaño del mercado, sofisticación empresarial e innovación. Por lo tanto el papel de los sistemas producto es un pilar fundamental para el desarrollo de la competitividad de un país.

Metodología

Investigación acción participativa, ya que se coadyuva con una de las líneas de Investigación del Centro de innovación *emprendurismo*, incubación y consultoría universitaria (CEICAI) del CUSUR, donde una de las áreas de estudio y participación son los sistemas producto de la Región y además está sustentado en la teoría de Kurt Lewis (2000), el cual argumentaba que se pueden lograr en forma simultanea avances teóricos y cambios sociales.

En esta fase se realizó en un diagnóstico de nivel de consolidación del sistema producto, Identificación de indicadores de cuatro variables en este caso se presenta el de competitividad. El instrumento de investigación que se utiliza es una guía de entrevista semiestructurado diseñado por el equipo de investigadores.

Las entrevistas se realizaron en el periodo de marzo del 2014 a marzo del 2015. Se analizan

Sistema producto aguacate

El aguacate es el cultivo que mayor dinamismo registrado en el sur del estado de Jalisco en la primera década siglo XXI (Macías, 2010). En el 2010 la producción total de aguacate en México reporto alrededor de un millón 77 mil toneladas, donde se destaca a Michoacán como el principal productor con 920 mil toneladas que representan el 85% de la producción nacional; mientras que Jalisco en dicho período produjo 29 mil toneladas que representan el 3%; incluso el comportamiento de las exportaciones ha sido dinámico y creciente, concentrándose en tres mercados: EE.UU, Japón y Canadá, (SFA, 2011).

La producción de aguacate en el Sur de Jalisco forma parte de un modelo agroindustrial que se expande con gran rapidez por todo el mundo, el cual por medio de sus características de alto valor agregado y su potencialidad productiva pueden ser detonantes de mayor crecimiento económico local (Macías, 2010). Es por ello, que se propone que por medio del empleo del capital social, cultura organizacional y gestión del conocimiento dicha industria puede ser altamente competitiva cuando se pueden establecer redes sociales dentro de la región, el estado de Jalisco y con productores, a través de una cultura abierta que permita la generación y transferencia del conocimiento.

Resultados

El aguacate en México

México es el productor de aguacate número uno y la mitad de todos los aguacates comercializados internacionalmente proceden del país. En el 2012 estuvo por cerca de alcanzar las 500, 000 toneladas valoradas en 900 millones de dólares. La exportación aumenta cada año de las cuales tres cuartos de la exportación mexicana se destinan a los Estados Unidos las cuales alcanzaron en dicho año un total de 370.000 toneladas. Japón compró muchos más aguacates mexicanos el año pasado que anteriormente: 50.000 toneladas. Canadá el tercer mayor cliente. México exporta en torno al 30 % de su producción.

Los principales estados productores de aguacate a nivel nacional se encuentra en primer lugar es Michoacán con más del 80% de la producción, seguido por Jalisco con una participación del 3.1% y en tercer lugar el estado de Morelos con el 2.7% según datos de SAGARPA.

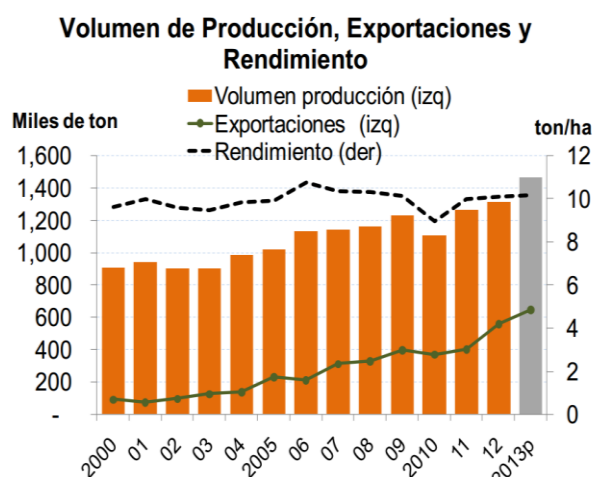
Tabla 1: Producción Nacional de Aguacate por Entidad en 2012

Estados	Volumen		Valor	
	Miles de Toneladas	Participación	mdp	Participación
Michoacán	1,117.3	84.9%	14,835.7	89.3%
Jalisco	40.8	3.1%	494.7	3.0%
Morelos	35.5	2.7%	276.0	1.7%
Nayarit	29.2	2.2%	132.4	0.8%
México	28.8	2.2%	291.7	1.8%
Guerrero	14.8	1.1%	135.9	0.8%
Resto del país	49.7	3.8%	441.7	2.7%
Total Nacional	1,316.1	100.0%	16,608.1	100.0%

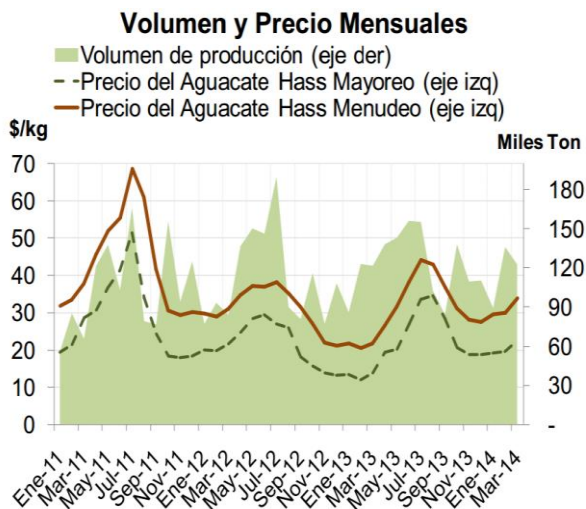
Fuente: SIAP - SAGARPA.

Datos de la Asociación de Productores y Exportadores de Aguacate de Jalisco, muestran que en la entidad hay 15,000 hectáreas plantadas, que producen 90,000 toneladas anuales, aunque de ellas, solo el 33% se encuentran en producción y el 67% son plantaciones jóvenes que aún no están produciendo (Romo, 2014). Jalisco es potencial el cual ocupa el primer lugar como productor de aguacate por hectárea sembrada, teniendo un promedio de 600 árboles mientras que en Michoacán tiene un promedio de 200 o 220 árboles, superándolo con más del doble de árboles por hectárea el cual da un mayor rendimiento en producción.

Gráfica 1. Producción de aguacate



Fuente: SIAP-SAGARPA, SE e INEGI. /p Cifras preliminares



Fuente: SIAP-SAGARPA, PROFECO y SNIIM.

Los productores de aguacates de la región sur de Jalisco tienen participación en la exportación a los países de Canadá, Japón, Holanda, España y Bélgica. Cabe mencionar que los últimos cinco años la actividad creció 433%. En Jalisco se encuentran 26 municipios que tienen huertos y de estos el 75% de la producción se vende en el mercado nacional y el 25% se exporta a los países antes mencionados. Se hace mención que el único estado de México para exportar a los Estados Unidos es Michoacán (El Informador, 2012).

En Jalisco la producción de Aguacate a partir del año 2004 inicio con un fuerte crecimiento con una estadística de más del 400% como se puede ver en la gráfica 3, la región con mayor participación es el Sur y Sureste del estado de Jalisco.

Gráfica 2. Crecimiento de la producción de aguacate en Jalisco



Fuente: (Sistema Producto Aguacate, 2013)

En la región Sur–Sureste de Jalisco se encuentran mil 308 productores de aguacate, de los cuales 20 son de empresas michoacanas. Las empresas con mayor posicionamiento son las empacadoras que compran la producción de los huertos locales, las cuales son: Agro González, que exporta 90% de la producción a Japón, Holanda, España, Bélgica y Canadá; D’eliseos, exporta producto a Japón, aunque su fuerte es proveer producto en el mercado nacional y Mevi, que está ubicada en Tuxpan.

Como se puede observar en la gráfica 2, su crecimiento de producción se empieza a incrementar a partir del 2003 donde surgen los Sistema producto. Es el resultado de la política de gobierno, lo cual genera el surgimiento de liderazgos empresariales y con ello aumenta el nivel de competitividad de la de la región.

Capital Social y competitividad del sistema producto

Hemos analizado las dos variables en forma conjunta tanto de competitividad como de capital social del sistema producto aguacate la primera con datos duros. En esta fase corresponde a la percepción de la opinión de los expertos e instancias gubernamentales; como es el caso de: representantes del ayuntamiento, Secretaria de Agricultura (SAGARPA) Financiamiento para el medio rural (FIRA) y Dima asociación civil para el desarrollo de Jalisco. Se analiza la variable del capital social, porque ello implica las redes de colaboración, confianza entre los actores, y el nivel de cooperación que tienen los productores, instituciones de gobierno y financieras para el desarrollo del Sistema producto.

Tabla no. 2 Capital social de los SP de la Región Sur, percepción de expertos.

	Aguacate	Granada	Berry	Jitomate	Morrón	Piscícola	Pitaya	Miel
Confianza	5	5	5	4	5	3	4	3
Honestidad	5	5	5	4	5	5	4	4
Capacidad	4	4	5	4	5	5	4	5
Participación	4	4	5	3	5	4	3	3
Reciprocidad	4	4	4	4	4	4	4	4
Suma	22	22	24	19	24	21	19	19
Promedio	4.4	4.4	4.8	3.8	4.8	4.2	3.8	3.75
Desviación estándar	0.55	0.55	0.45	0.45	0.45	0.84	0.45	0.96

Fuente: Investigación de campo. 2014 Revisión de la literatura

Como se puede apreciar, los sistemas producto que reportan mayor nivel de capital social son los de Berry y Chile Morrón, siguiendo en tercer lugar el de aguacate y granada. En este caso el de aguacate que es uno de los sistemas agroalimentarios que tiene su evaluación y desarrollo a partir del 2000, según (Macías 2015). Por lo tanto, si se cuenta con un alto índice de capital social, debe tener un indicador alto de competitividad.

En contraste con el capital social el sistema producto aguacate refleja un nivel más alto de competitividad en comparación de los otros ocho sistemas agroalimentarios, donde alcanzó el 4.68 según expertos. Ver tabla no. dos.

Tabla No. 2, Nivel de competitividad de los Sistemas Producto. Agroalimentarios

	Aguacate	Granada	Pitaya	Miel	Berry	Morrón	Jitomate	Piscícola
Productividad	4	3	3	3	4	4	3	3
Utilidad	5	4	4	4	5	4	3	3
Presencia en el mercado	5	4	4	4	4	3	5	4
Suma	14	11	11	11	13	11	11	10
Promedio	4.67	3.67	3.67	3.67	4.33	3.67	3.67	3.33
Desviación estándar	0.58	0.58	0.58	0.58	0.58	0.58	1.15	0.58

Fuente. Investigación de campo. 2014

En lo que se refiere a nivel de competitividad y en resultado de entrevista directa a empresarios, reflejan un nivel de competitividad superior a los expertos de 4.66, siendo sus variables más fuertes el nivel de utilidad y presencia en el mercado.

En el aspecto cualitativo podemos identificar que los empresarios tienen estrategias claras que sustentan su competitividad. Para lo cual se cita en forma textual sus respuestas. En lo relacionado a la cadena productiva tienen claro a sus principales proveedores así como a sus clientes tanto nacionales como internacionales y que estos son los que colaboran para ser competitivos.

En lo relacionado al capital humano como sus colaboradores, mencionan que en todas las tienen personal de alto nivel. *“Sí; en todas las áreas, puesto que somos un equipo. Aquellos que estén disponibles y de los que se pueda sacar provecho, para beneficio del Sistema Producto”*

Se pregunta si capacitan a su personal y que tipo de capacitación *“A aquel tipo de capacitación en donde los empleados estén comprometidos con la empresa, puesto que si le va bien a la empresa le va bien a los empleados; ya que es Beneficio Mutuo”*

Otro aspecto que es factor para que los empresarios sean competitivos, es el conocimiento de las políticas públicas y el aprovechamiento de las mismas para el desarrollo de los sistemas producto. Reflejan amplio conocimiento de las mismas y el alcance del SPÑ *“Son un sistema bastante importante, puesto que lleva al producto (aguacate), desde los insumos hasta el consumo final. Son fundamentales para el crecimiento de una región”*.

Por último la siguiente expresión que la menciona el empresario cual se le cuestiona el nivel de competitividad que el empresario tiene de su producto. *“Mucho, esto en cuanto a condiciones climáticas y la mano de obra; a su vez, Jalisco está muy cerca del país de mayor auto consumo del mismo (aguacate).*

El estudio refleja tanto en lo cualitativo como en lo cuantitativo el nivel de competitividad del sistema producto en la Región Sur de Jalisco, desde la perspectiva de los actores principales (Empresarios) así como los informantes clave (representantes de instituciones gubernamentales) por lo tanto esto nos refleja y nos deja en el tintero a nuevas preguntas de investigación como: ¿Cuáles son las estrategias que han implementado los líderes y actores clave? ¿Cómo emular estos aprendizajes en otros SP?, ¿Cuál es el rol del líder y los estilos de liderazgo que predominan en este sector entre otras preguntas de investigación?

Conclusiones

Respondiendo la primera pregunta de investigación sobre si es emprendurismo o una política de gobierno hemos encontrado que ambos fenómenos se dan. Existe una política de gobierno tanto a nivel nacional y principalmente a nivel estatal que la han impulsado en el área agroindustrial, tal es el caso del sistema producto aguacate. En el sentido de emprendimiento se tiene hallazgos sobre el perfil de los personajes involucrados tanto en el ámbito gubernamental como empresarial; con un alto nivel de pro actividad y emprendimiento.

Por lo tanto El empresario conocedor de una política y que esta política está apoyada con recursos financieros para su desarrollo. Tanto los informantes clave como Los empresarios conocen las mismas y hacen uso de ellas para seguir desarrollando el sistema producto.

Del análisis tanto a nivel macro como a nivel meso y micro; existe un alta competitividad. A nivel macro vemos la productividad tanto en el volumen de producción de 4, 234 toneladas en el 2003 mientras que en el 2013 produjo 87,368 toneladas (Ver grafica 2. Crecimiento de la producción de aguacate en Jalisco), lo cual indica que en una década ha incrementado su nivel de producción y con ello elevar el índice de competitividad.

Cuando hablamos del nivel meso económico se identifica que el sistema producto aguacate en comparación con los otros sistemas tanto en México como en la región es alta mente competitivo, no obstante, que el vecino estado de Michoacán es o era el mayor productor de aguacate la región sur de Jalisco está a punto de alcanzarlo o poder ser tan competitivo como este. A este fenómeno se agrega el nivel de capital social que han ido estableciendo a través de redes de colaboración con los productores del estado de Michoacán.

Otras de las variables que se debe este nivel de competitividad según lo manifiestan tanto empresarios como funcionarios de las instituciones entrevistadas es el nivel de innovación tanto en el proceso de producción como de gestión e inocuidad que han implementado. Por ejemplo, menciona que una hectárea en Michoacán cuenta con 200 árboles y en Jalisco con 600, así como los sistemas de riego altamente tipificados, altura del árbol entre otros. Les permite ser más competitivos por área cultivada que los productores de Michoacán. Y si analizamos a nivel micro que esto lo respondemos con entrevista a empresarios del sector, nos manifiesta las redes de colaboración, los convenios y el apoyo del gobierno como parte fundamental para lograr que el aguacate de esta región sea exportado a los estados unidos gestión que se venía realizando atrás y que al concluir este artículo 2015 se ha autorizado la apertura comercial por los estados unidos. *“Son un sistema bastante importante, puesto que lleva al producto (aguacate), desde los insumos hasta el consumo final. Son fundamentales para el crecimiento de una región”*³

En lo consecuente al capital social “el conjunto de relaciones sociales caracterizadas por actitudes de confianza, comportamientos de cooperación y reciprocidad. Se trata, del recurso de las personas, los grupos y las colectividades en una relación social, en las redes de asociatividad de grupos” en comparación con los otros sistemas de la región los informantes clave ubican a este SP con morrón, Berry’s; esto es entendible por que el sistema producto aguacate es más joven que los otros sistemas y tienen otra dinámica diferente.

Pero en lo que se refieren en competitividad el sistema producto en lo que refiere a los otros aparece en primer lugar tanto en informantes clave como empresarios, aspecto que refuerza nuestras conclusiones del aprovechamiento de una política y el perfil de empresarios que son emprendedores y proactivos. Mientras que el sistema aguacate presenta un nivel de competitividad de 4.67 versus 4.33 del sistema producto Berry.

Queda en el tintero nuevas veredas de investigación como es el caso de conocer los estilos de liderazgo de los principales protagonistas de los sistemas producto, estrategias que han implementado para construir su capital social y llegar a ese nivel de competitividad. Una nueva inquietud de investigación es ¿cómo es la interacción y redes de colaboración que se deben de establecer con los otros sistemas producto? Así como sus estrategias en innovación y gestión de su capital humano.

Bibliografía

- A.C., C. N. (2012). PLAN RECTOR NACIONAL SISTEMA PRODUCTO AGUACATE. SAGARPA y el INCA RURAL. *Comité Nacional del Sistema Producto Aguacate A.C.*
- Arechavala Vargas, R. (2014). *Metodología para la evaluación de procesos de clusterización. En Procesos de clusterización en Jalisco, Retos del aprendizaje y la colaboración interempresarial.* Guadalajara, Jalisco: Editorial Universitaria.
- Benzaquen, J.-C.-Z.-V. (s.f.). Un Índice Regional de Competitividad para un país. *CEPAL, 1.*
- Casanueva, C. C. (2010). Capital social e innovación en clúster industriales. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, 37-38.*

³ Entrevista realizada a empresario 2015

- CEPAL. (2003). Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma. . (s.f.). Santiago de Chile: Naciones Unidas.1.*
- Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- Contreras, R. L. (2011). *Cultura Empresarial: Análisis Social de los Valores en la Mi pyme*. Guanajuato: Universidad de Guanajuato.
- Garnica, A. G. (2004). Clúster y competencia (Cooperación y competencia) industrial: Algunos elementos teóricos por considerar. "Problemas del Desarrollo" . *Revista Latinoamericana de Economía, 146*.
- Garrido, C. (2011). Oportunidades y desafíos en América Latina y el Caribe (Vol. 1). *Santo Domingo, República Dominicana: Banco Interamericano de Desarrollo*.
- Jaime, S. (2003). Competitividad de las ciudades en México (Vol. 1). . *México: El Colegio de México*.
- Macías, A. G. (2002). Redes sociales y "clúster" empresariales. REDES. *Revista hispana para el análisis de redes sociales*.
- Cadenas, redes y clústeres productivos: aspectos teóricos *Dra. Anicia García Álvarez y Dr. Hiram Marquetti Nodarse*

Anexo guía de entrevista

1. ¿Quiénes son sus principales proveedores?
2. ¿En qué colaboran sus clientes exigentes para la optimización de la cadena?
3. ¿Utiliza Fuerza laboral de alto nivel? ¿En qué área?
4. ¿Cuáles son los tipos de apoyos gubernamentales que aprovechan?
5. ¿Cómo considera los apoyos de instituciones gubernamentales? ¿Y a nivel de los países competidores?
6. ¿Qué hace falta para poder competir con los productores de otro estado?
7. ¿Qué tipo de capacitación consideran que tienen y deben tener los trabajadores para poder hacer eficiente la producción?
8. ¿Qué tan competitivos somos respecto a otros países que exportan?
9. ¿Cuál es el marco regulatorio regional a comparación de los países competidores?
10. ¿Qué tan efectivo es el mecanismo de control de importaciones ilegales?
11. A fin de elevar mi competitividad, ¿con quién realizó fuertes vinculaciones nacionales e internacionales?

ANALIZAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS BANCARIOS MÁS UTILIZADOS POR LAS PYMES EXPORTADORAS EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA

Jorge Isaac Lechuga Cardozo y Edgardo Enrique Muñoz Querales
(Instituto Tecnológico de Soledad Atlántico, Barranquilla Colombia)

Resumen

Se ha notado que los esfuerzos del Gobierno Nacional a través de distintos entes para apoyar e impulsar las PYME, han sido direccionados hacia el reforzamiento de los temas de financiación, mercadeo, tecnología, calidad, etc., ayudando a éste tipo de empresas a competir con éxito en los mercados. Caso evidente es la creación de la Ley Mipyme, el programa Expopyme y los distintos programas que a través del Ministerio de Comercio Exterior y Procolombia, se han venido desarrollando.

Sin embargo, poco se conoce sobre el desarrollo o la asesoría que se brinda a éste tipo de empresas en temas relacionados con líneas de crédito a las que tienen acceso dichas empresas.

Esta investigación muestra un estudio de las características de los productos ofrecidos por las diferentes entidades que conforman el sistema financiero y el conocimiento que tienen las pymes sobre el uso o utilización de estos recursos para su gestión empresarial.

Identificando como problema la falta de conocimiento de los productos y servicios financieros que tienen las PYMES exportadoras para fortalecerse y ser sostenibles en su gestión empresarial. Con el objetivo de analizar la utilización de los productos y servicios bancarios de las PYMES exportadoras en la ciudad de Barranquilla.

Para el abordaje de la investigación, se pretende hacer una revisión documental de la situación de las pequeñas y medianas empresas exportadoras en el entorno local así como también hacer un estudio para conocer el grado de utilización que tienen dichas empresas de los productos y servicios financieros de la banca, de este modo definir el beneficio que tienen las PYMES al utilizar de forma óptima los servicios ofrecidos por el sector financiero.

Metodología

El corte investigativo de la presente investigación es cualitativo, ya que las técnicas que se utilizarán para la recolección de datos como las encuestas, ayudarán a recopilar información y como bien lo dicen Taylor y Bogdan (1986) “es aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable”.

El tipo de investigación aplicada a este proyecto es cuasi-experimental pues permite plantear más hipótesis alternativas que se ajusten a los datos, se recopila información con las encuestas.

El alcance establecido es el descriptivo, puesto que pretende especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice.

El diseño de investigación escogido es el transversal, porque el estudio que se busca hacer no tendrá un seguimiento en el tiempo y se efectuará en un periodo determinado.

La población objeto de estudio fueron las PYMES exportadoras de la ciudad de Barranquilla.

El diseño muestral, que indica la cantidad de encuestas a efectuar, se calcula teniendo en cuenta, la confiabilidad, indicando la posibilidad de generación de error, con un comportamiento aleatorio y distribución normal, tal que: $E \sim N(0, \delta^2)$ ⁴. En esta ocasión la población identificada, objeto del estudio será de 209 empresas y margen de error de 5%. Un nivel de confianza de 95%, por lo que la tabla de distribución normal nos arroja $Z = 1.96$, al desconocer la probabilidad de ocurrencia del error asumimos valores de 0.5 para p y q .

Ilustración 1 Cálculo de la muestra

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Tamaño de la muestra	165.49
Numerador	278.51
Denominador	1.6829
N (Población)	290
Z	1.96
P	0.5
Q	0.5
Margen de error	0.05

Nota: Cálculos propios.

La estrategia de campo hará parte del proceso de investigación en terreno y esto se llevará a cabo de la siguiente manera:

Determinar los criterios, las normas o los requerimientos que permitirán proceder con la aplicación de la investigación en terreno.

Planear el esquema geográfico del lugar o lugares escogidos en los cuales se llevará a cabo la recolección de información. Este esquema reúne el cronograma de los días que se visitará el o los sitios, la frecuencia, el número de los encuestados y la descripción del terreno.

Preparar previamente las herramientas que contribuirán en la recopilación de datos, tales como la encuesta e informar a las personas que serán encuestadas el propósito de ésta; contactar a aquellos que puedan aportar con una entrevista más datos concernientes a la investigación por medio de la ejecución de preguntas preparadas con antelación, etc.,

⁴ Valor esperado del Error es cero, con varianza constante.

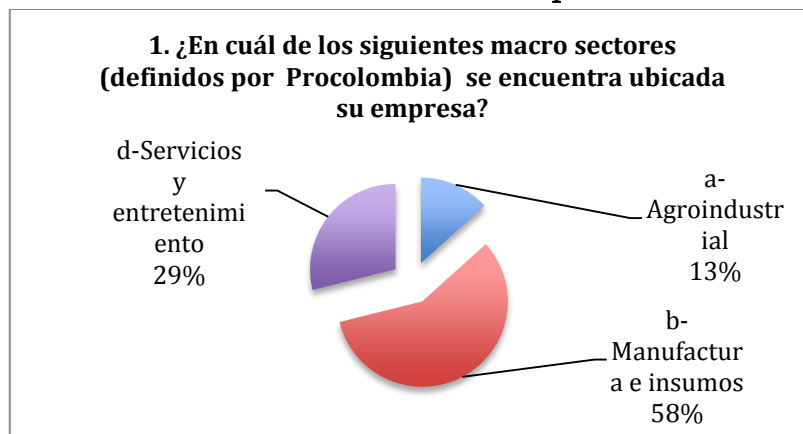
Adoptar las medidas de control necesarias para garantizar una óptima ejecución, así como velar por la objetividad en las respuestas obtenidas.

La información es obtenida a partir del contacto directo con los funcionarios y de registros contenidos en las fuentes de información consultadas. Esta fue depurada y organizada con la ayuda de los programas de Microsoft Excel y Microsoft Word a través de cuadros y gráficas donde se presentan los resultados del proceso de recolección.

Hallazgos

Macrosectores Definidos: Al analizar los productos y servicios bancarios utilizados por las pymes exportadoras en Barranquilla, se utilizó como referencia los macrosectores definidos por Procolombia, entidad encargada de la promoción comercial de las exportaciones, el turismo internacional y la inversión extranjera en Colombia. Los macrosectores que se definieron son: Agroindustrial, Manufactura e insumos, prendas de vestir y servicios y entretenimiento.

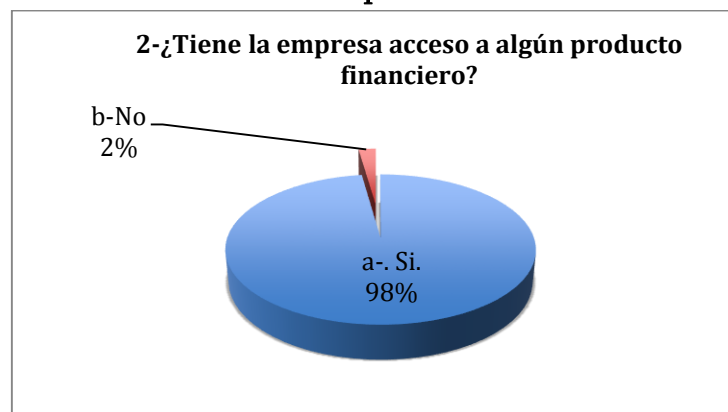
Gráfico 1. Macrosectores definidos por Procolombia



Nota: Resultados encuesta.

Acceso a Productos Financieros: En la encuesta realizada a un grupo de PYMES exportadoras en la ciudad de Barranquilla, se encontró que el 58% de las empresas encuestadas pertenecen al sector manufactura e insumos, el 29% servicios y entretenimiento y el 13% agroindustrial. El 98% de las empresas encuestadas aseguraron poseer un producto financiero mientras que el 2% niega poseerlo.

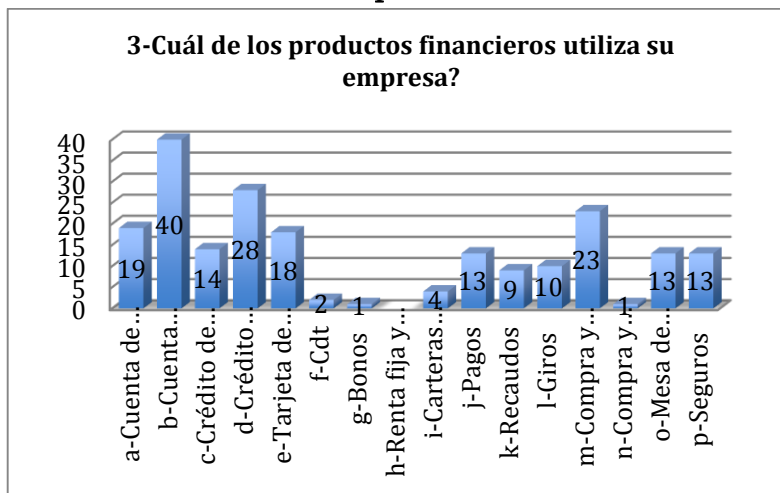
Gráfico 2. Acceso a productos financieros



Nota: Resultados encuesta.

Productos financieros utilizados: La cuenta corriente es de los productos más usados por las PYMES 40 de las empresas encuestadas aseguran poseerlas, en segundo lugar las cuentas de crédito empresarial (28) y compra y venta de divisas (23). En contraste los productos menos utilizados son: los bonos, CDT, carteras colectivas y, compra y venta de títulos.

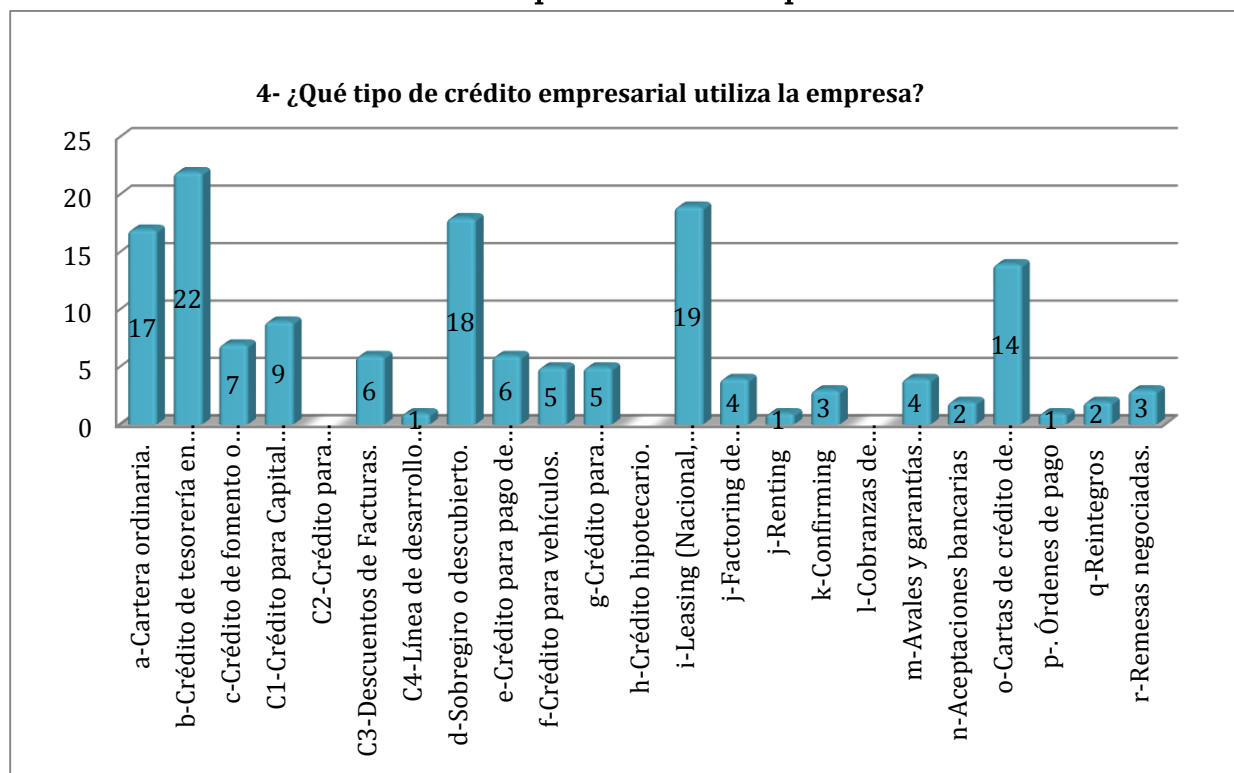
Gráfico 3. Uso de productos financieros



Nota: Resultados encuesta.

Tipo de Créditos Empresariales utilizados: Los créditos empresariales más utilizados son crédito de tesorería con 22, leasing con 19, sobregiro con 18, cartera ordinaria con 17 y cartas de crédito con 14. Dentro de los créditos empresariales se destacan línea de desarrollo empresarial, *renting*, órdenes de pago, aceptaciones bancarias y reintegros.

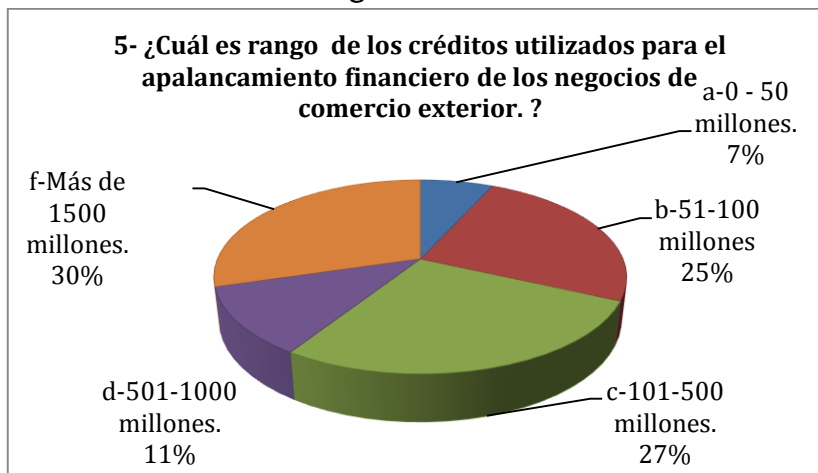
Gráfico 4. Tipo de Crédito empresarial



Nota: Resultados encuesta.

Rangos de Apalancamiento Financiero: Las empresas para el apalancamiento financiero de los negocios de comercio exterior, el 30% asegura tener un rango de crédito, de más de 1500 millones, seguido del 27% que afirma entre los 101 y 500 millones, mientras que el 25% asegura entre 51 – 100 millones, el 11% 501 – 1000 millones, y el restante 7% entre 0 – 50 millones.

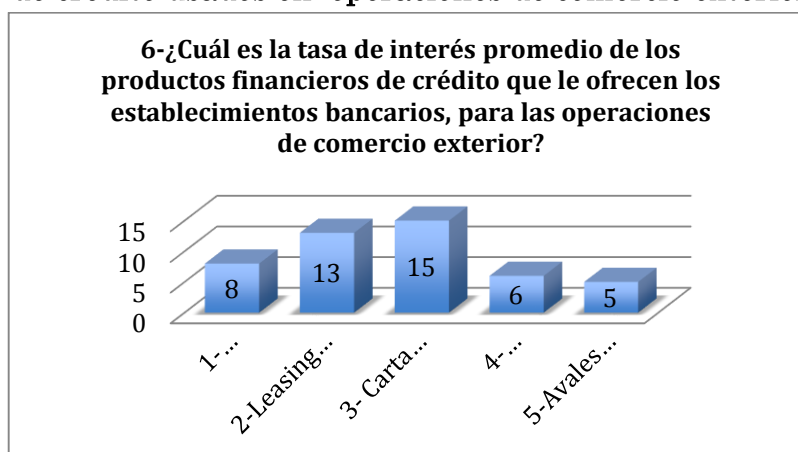
Gráfico 5. Rango de créditos utilizados



Nota: Resultados encuesta.

Tasas de Interés Promedio de los productos financieros: En cuanto a las tasas interés promedio de los productos financieros de crédito para operaciones de comercio exterior, se observa que la carta de crédito es el producto financiero más utilizado con tasas basadas en Libor entre 10 % y 17%. El leasing financiero ocupa el segundo lugar con tasas variables basados en el DTF con puntos adicionales del 5% al 15%. En tercer lugar el *factoring* es el producto financiero con tasas variables basadas en el DTF. En menor proporción se encuentran las garantías y avales bancarios con tasas variables basadas en el DTF.

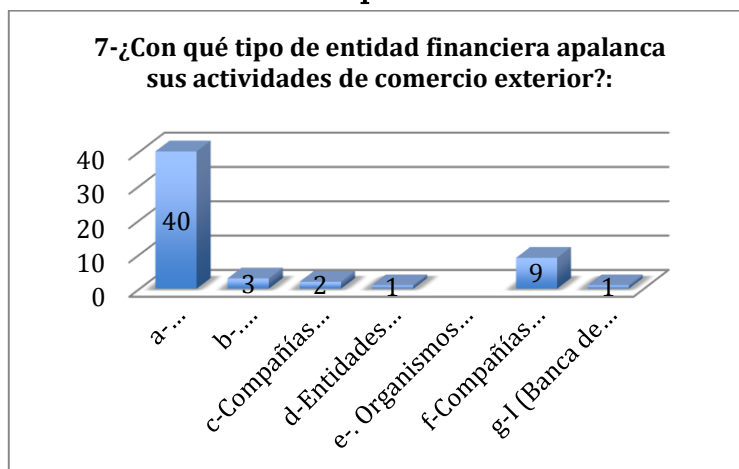
Gráfico 6. Tasas de interés promedio de los productos financieros de crédito usados en operaciones de comercio exterior.



Nota: Resultados encuesta.

Entidades Financieras para Apalancar actividades Financieras: Las entidades financieras con las que estas empresas apalancan las actividades de comercio exterior son en primer lugar los bancos comerciales (40), seguido por las compañías de seguro (9).

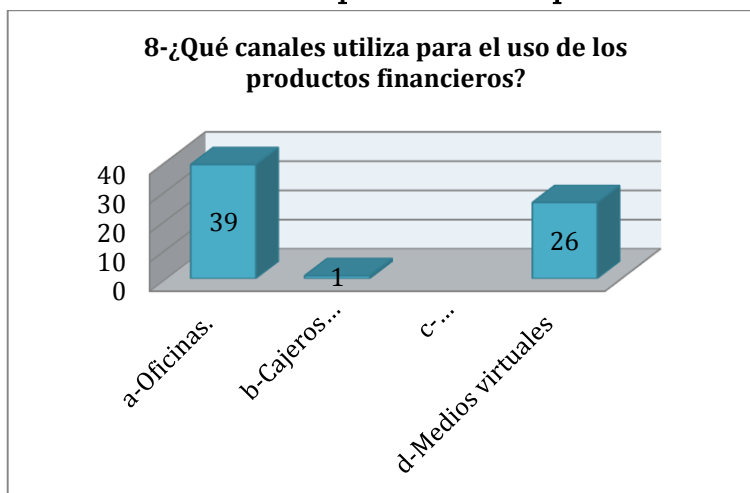
Gráfico 7. Entidad Financiera donde apalanca actividades de comercio exterior.



Nota: Resultados encuesta.

Canales para utilizar productos financieros: Las empresas encuestadas aseguran utilizar principalmente como canales las oficinas (39), seguidas de los medios virtuales (26), que tiene gran acogida entre las PYMES.

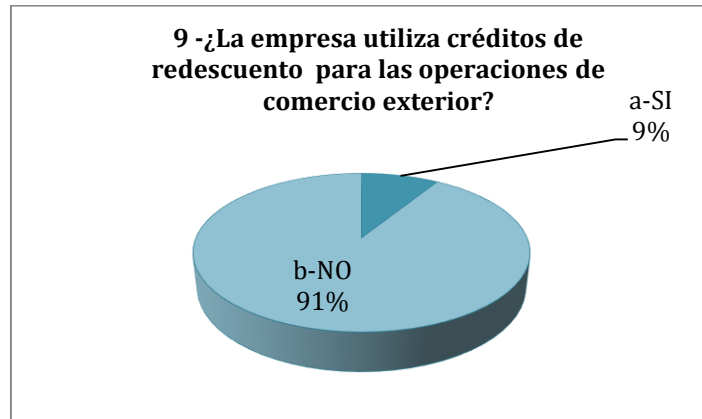
Gráfico 8. Canales utilizados para el uso de productos financieros



Nota: Resultados encuesta.

Utilización créditos de redescuento: El 91% de las empresas encuestadas aseguran no hacer uso de los créditos de redescuento para las operaciones de comercio exterior mientras que el 9% afirman que si lo hacen. Cabe destacar que estas operaciones de redescuento están lideradas por entidades del gobierno en actividades económicas específicas como agroindustria, comercio exterior, educación, sector minero y energético entre otros, con costos financieros preferenciales.

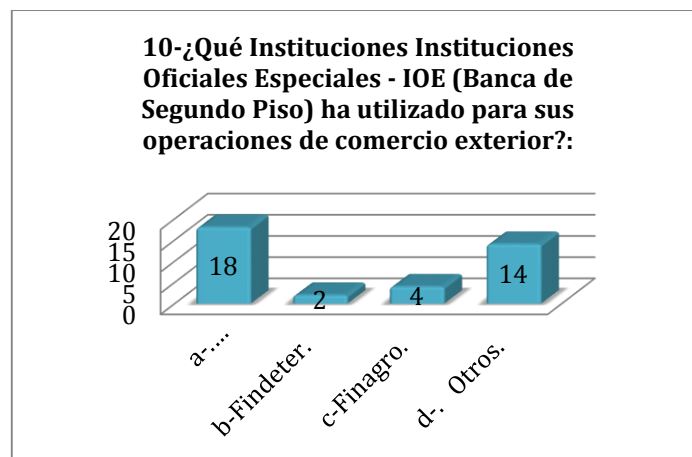
Gráfico 9. Uso de créditos de redescuento para operaciones de comercio exterior



Nota: Resultados encuesta.

Entidades Oficiales Especiales (Banca de Segundo Piso): Las empresas utilizan poco las instituciones Oficiales especiales (Banca de segundo Piso): Bancoldex, Finagro y Findeter. Sumado al poco o nada de conocimiento de los productos y costos financieros que ofrecen estas instituciones Oficiales Especiales.

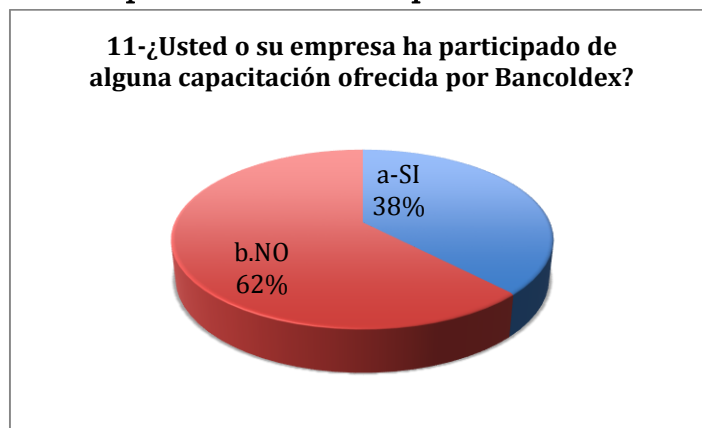
Gráfico 10. Instituciones Oficiales Especiales – IOE (Banca de Segundo Piso) utilizadas para operaciones de comercio exterior.



Nota: Resultados encuesta.

Capacitación Bancoldex: Las empresas exportadoras utilizan especialmente a Bancoldex, como una de las instituciones oficiales especiales, no obstante sólo el 38% ha recibido alguna capacitación por parte de esta entidad. Por lo tanto hay un 62% de estas empresas que no han sido contactadas por esta importante entidad que impulsa las operaciones de comercio exterior y especialmente de acuerdo a políticas de Gobierno a las PYMES.

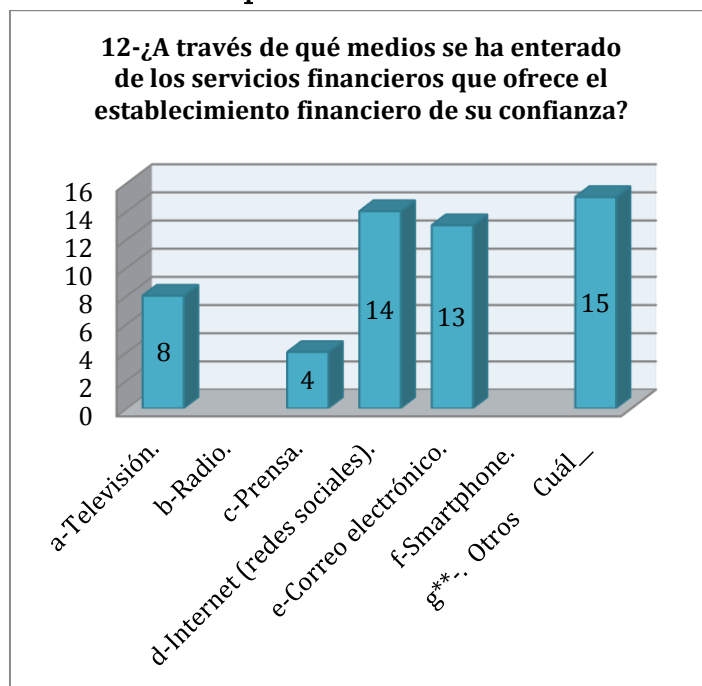
Gráfico 11. Empresas que han participado de alguna capacitación ofrecida por Bancoldex.



Nota: Resultados encuesta.

Medios de conocimiento de servicios financieros: Los medios de comunicación utilizados de las empresas exportadoras para el conocimiento servicios financieros son en su orden de importancia; Internet (redes sociales, páginas web), correos electrónicos y otros como la atención personalizada que realizan las entidades financieras.

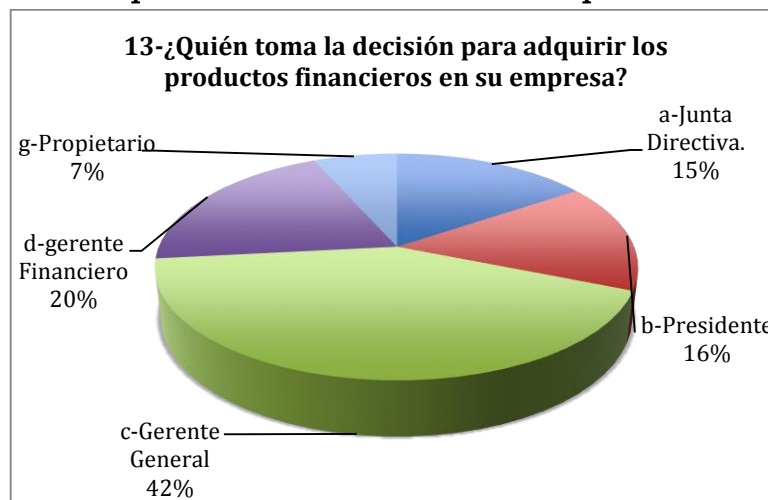
Gráfico 12. Medios a través de los cuales las empresas se han enterado de los servicios financieros ofrecidos por el establecimiento financiero de confianza.



Nota: Resultados Encuestados

Decisión para adquirir productos financieros: La toma de decisiones financieras para la adquisición de productos financieros se realiza en mayor proporción por el Gerente general con 42%, y por el Gerente financiero con el 20%. Seguidas en menor participación por el Presidente, Junta Directiva y Propietario.

Gráfico 13. Toma de decisión para adquirir productos financieros en la empresa



Nota: Resultados Encuesta

Conclusiones

La baja bancarización tiene efectos negativos para las actividades económicas del sector exportador de las Pymes en la ciudad de Barranquilla e impactan los resultados del país y la región. No sólo obstaculiza el acceso de las organizaciones a los servicios financieros, sino que impide la incorporación de mayor parte de la población a la economía formal, se opone a la mayor generación de ahorro, al aprovechamiento de la información, al mayor flujo de inversiones y limita el acceso de las pymes a la financiación formal.

Se constituye en cuello de botella para estas unidades empresariales, que juegan un papel fundamental en las economías de la región, no sólo como creadoras de empleo sino como semilleros de nuevas empresas.

A pesar de los avances realizados, tanto en términos de política gubernamental como en el compromiso de las entidades financieras, en el proceso subsisten obstáculos que requieren esfuerzos para ser removidos. Problemas que persisten, como la desconfianza y la autoexclusión de la demanda, sólo pueden ser combatidos a través de la educación, lo cual requiere el desarrollo de una cultura financiera mediante planes de alfabetización financiera, como se han desarrollado en Brasil y Perú.

El papel del Gobierno ha sido fundamental para apoyar el proceso de bancarización mediante las iniciativas aprobadas, lo cual es verdaderamente importante en la medida en que ha flexibilizado la rígida estructura de la banca colombiana que la hacía bastante excluyente; sin embargo deberá seguir estimulando la competencia entre las entidades del sector con miras a lograr la universalización de los servicios financieros, tener continuidad en las políticas de generación de oportunidades para todos los ámbitos empresariales y hacer evaluaciones de los resultados de las mismas para realizar las correcciones del caso y no caer de ninguna manera en el asistencialismo, lo cual sería perjudicial para la sostenibilidad del proceso de bancarización (Tafur, 2009, pp. 32 - 33).

Referencias Bibliográficas

- Azofra, V. y Vallelado, E. (2001). *Prácticas en Dirección Financiera*. Madrid: Pirámide.
- Baena, D., Hoyos, H. y Ramírez, J. (2010). *Sistema Financiero Colombiano*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Brealey, R. y Myers, S. (2003). *Principios de Finanzas Corporativas*. Madrid: McGraw Hill.
- República de Colombia. (Julio 10, 2000). *Ley 590. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa*. Art.2.
- República de Colombia. (Agosto 2, 2004). *Ley 905. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones*. Art.2.
- Tafur, C. (2009). *Bancarización: Una Aproximación Al Caso Colombiano A La Luz De América Latina*. En Estudios Gerenciales. Cali (Colombia): Universidad ICESI, pp. 32 – 33.

Mesografía

- Hurtado, H. (s.f.). *Tipificación y normatividad de la PYME*. Recuperado de: http://datateca.unad.edu.co/contenidos/107027/Documentos_pymes/Tipiificacion_y_normatiividad_de_las_pymes.pdf
- Revista Semana (23 de Junio, 2012). *Más Gente con acceso al banco*. Recuperado de: <http://www.semana.com/wf/ImprimirArticulo.aspx?IdArt=179423>
- Vargas, J. (2011). *Retos de la bancarización en Colombia*. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/economia/retos-la-bancarizacion-colombia>

UN ANÁLISIS BAJO EL ENFOQUE DE MERCADOTECNIA SOCIAL DE LA APLICACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS PARA LA REGULACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LAS ESCUELAS

Ana María Paredes Arriaga, María Cristina Alicia Velázquez Palmer y Perla Alejandra Yohana García Fernández (Universidad Autónoma Metropolitana)

Resumen

A partir del año 2010, en México se han venido implementando una serie de medidas a fin de contrarrestar la tendencia ascendente que han mostrado el sobrepeso y la obesidad infantil. Entre dichas medidas sobresalen los lineamientos para el expendio de alimentos y bebidas en escuelas, que entró en vigor en el año 2011, con carácter obligatorio, en las escuelas de educación básica.

En el marco de estas acciones surgió el interés por conocer los hábitos alimentarios de los niños en el recreo; así como el nivel de aplicación y conocimiento de los lineamientos antes mencionados, desde el enfoque de la mercadotecnia social. Con este fin se ha diseñado una investigación en la que se aborda esta problemática desde la perspectiva de los actores directamente involucrados, como son los padres, los niños y las autoridades escolares.

Así, se diseñó un estudio cualitativo para conocer el grado de conocimiento y aplicación de los lineamientos por parte de las autoridades escolares; así como sendos estudios cuantitativos en los que participaron padres de familia y alumnos de escuelas públicas y privadas del Distrito Federal. Entre los hallazgos más relevantes se encuentra el que los hábitos alimentarios en el ámbito escolar no corresponden con una dieta saludable; al mismo tiempo que hay un bajo nivel de aplicación y conocimiento de los lineamientos a cuatro años de haber entrado en vigor.

Palabras clave: sobrepeso y obesidad infantil, mercadotecnia social

Abstract

Overweight and child obesity have become a major health problem in Mexico. Sanitary and educational authorities have implemented a series of actions to solve this situation. This way, in 2011, the *Guidelines for the sale of food and beverages at elementary schools* were put into practice, and they were mandatory at public, as well as in private schools.

The objective of this study was to identify the alimentary habits of children in the school environment, as well as to determine the level of knowledge and application of the *Guidelines*, making use of the social marketing approach. The study included parents, kids and school authorities.

A qualitative research was designed to determine the level of knowledge and application of the *Guidelines* from the point of view of school authorities, and the quantitative approach was used for kids and parents. Non healthy alimentary habits at the school environment and a low level of knowledge and application of the *Guidelines* was found.

Key words: Overweight and child obesity, social marketing

Introducción

El incremento gradual del sobrepeso y la obesidad infantil en México se ha ido convirtiendo en una amenaza no solo para el bienestar de los niños, sino también para su salud y calidad de vida a futuro. En efecto, desde un punto de vista médico hay una relación entre el sobrepeso y la obesidad en la infancia y la presencia de enfermedades crónico degenerativas en la edad adulta, lo cual además de los efectos negativos a nivel individual, constituye un riesgo desde el punto de vista de la productividad a nivel país y del sistema de salud, ya que es muy costoso el tratamiento a largo plazo de las enfermedades antes mencionadas.

La solución de esta problemática requiere de un cambio a nivel de la sociedad en su conjunto, ya que son múltiples los actores que participan e influyen en el estilo de vida de los niños. Si bien los padres juegan un rol fundamental, también hay influencia por parte de los maestros, medios de comunicación, industria alimentaria, diseñadores de políticas públicas, ONG's, legisladores, entre otros, siendo necesario un enfoque integral para alcanzar el cambio a nivel social.

Entre los diversos enfoques para abordar y propiciar el cambio social se encuentra la mercadotecnia social, la cual a partir de los principios y técnicas de la mercadotecnia trata de influir en una audiencia objetivo para lograr un cambio de conducta deseable en forma voluntaria.

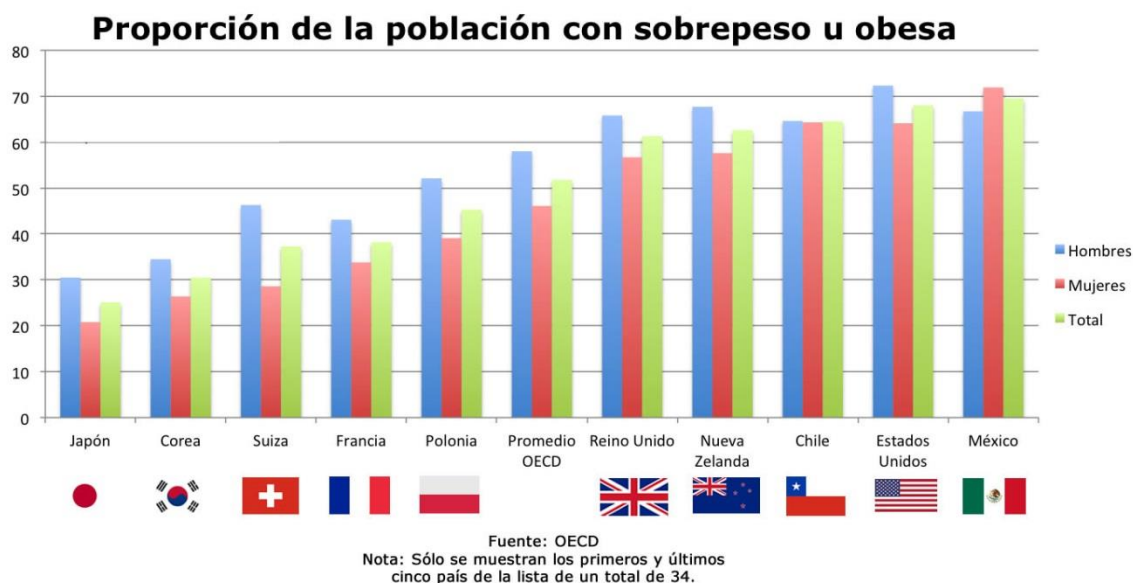
En el caso de México, las autoridades, particularmente a nivel federal, han planteado y puesto en práctica una serie de estrategias y medidas tendientes a revertir la tendencia del sobrepeso y la obesidad infantil. Entre éstas destaca el “Acuerdo mediante el cual se establecen los lineamientos generales para el expendio o distribución de alimentos y bebidas en los establecimientos de consumo escolar de los planteles de educación básica”, mismo que entró en vigor el 10 de enero de 2011 con carácter obligatorio.

La presente investigación tiene como objetivo llevar a cabo un análisis del grado de conocimiento y aplicación de los lineamientos antes mencionados entre tres de los actores involucrados en esta problemática, a saber: los niños, los padres de familia y los maestros, desde la perspectiva de la mercadotecnia social.

Sobrepeso y obesidad: epidemia del siglo XXI

El sobrepeso y la obesidad son considerados por la Organización Mundial de la Salud como la epidemia del siglo XXI, en México ésta se inicia cuando la población cambia de rural a urbana modificando sus hábitos alimenticios, basados en maíz y frijol, a alimentos industrializados con alto contenido calórico, aunado a una vida sedentaria en la que la actividad física es prácticamente nula (Fausto, Valdez, Aldrete, López, 2006). En la región de Latinoamérica las prevalencias de obesidad y sobrepeso a principios del presente siglo estaban ligeramente por arriba de lo esperado; datos recientes indican que afecta del 20% al 25% de las personas menores de 19 años, sin embargo México y Chile tienen las tasas más altas (ver Gráfica 1).

Gráfica 1



Los países latinoamericanos decidieron enfrentar la creciente epidemia de obesidad, y aprobaron por unanimidad “El Plan de Acción para la Prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia”, al realizarse el 3 de octubre de 2014, el 53° Consejo Directivo de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y 66° sesión del Comité Regional de la Organización Mundial de la Salud (OMS) para las Américas.

En dicho plan quinquenal se exhorta a los países a aplicar políticas fiscales, como son: la imposición de impuestos a las bebidas azucaradas (refrescos y jugos), a los productos de alto contenido calórico y bajo contenido nutricional (pan y los conocidos como chatarra), reglamentar la publicidad, sobre todo la dirigida a los niños, y el etiquetado de los alimentos, el mejoramiento de los ambientes escolares de alimentación, así como de actividad física, y promocionar la alimentación saludable. Siendo México uno de los países latinoamericanos que participaron en la aprobación del plan, es necesario que existan políticas públicas tendientes a enfrentar el problema. La Secretaría de Salud del DF informó a través del IFAI que solo de enero a noviembre del año pasado, se diagnosticaron 323 mil 110 nuevos casos, otro dato importante es que el 7% del presupuesto de salud se destina para atenderla. A nivel nacional la obesidad se concentra en un tercio de los estados del país (Noticieros Televisa, 2015).

Medidas antiobesidad implementadas por el gobierno mexicano.

El Estado debe dar cumplimiento a compromisos con organismos internacionales como la OPS y la OMS, así es que debe enfrentar el problema de obesidad y sobrepeso y darle solución. Para poderlo lograr es necesario dar una respuesta compleja con visión multidisciplinaria en la que participen y se comprometan diferentes sectores y niveles de gobierno en distintos entornos: en la escuela, el hogar, la comunidad, los centros de trabajo y los espacios públicos; así como la sociedad civil, la academia, la industria y los medios de comunicación (Rivera, Hernández, Aguilar, Vadillo, Murayama, 2012). El abordaje para combatirla debe ser integral, la evidencia

muestra que una sola intervención por sí sola no puede resolver el problema del sobrepeso. El sector salud por sí mismo no puede resolver el problema, sin embargo, afronta las costosas consecuencias económicas al atender las enfermedades crónicas de la obesidad como son las cardiovasculares, cáncer, diabetes, discapacidad, enfermedad renal crónica, problemas musculoesqueléticos, y problemas psicosociales entre otras (Birmingham, 2013).

En el sexenio presidencial 2006-2012 se suscribió el Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria el día 25 de enero de 2010, posteriormente el 23 de agosto del mismo año se publicó el “Acuerdo mediante el cual se establecen los lineamientos generales para el expendio o distribución de alimentos y bebidas en los establecimientos de consumo escolar de los planteles de educación básica”, en el Diario Oficial de la Federación entrando en vigor el 10 de enero del siguiente año. El objetivo de dicho acuerdo fue el de establecer los criterios técnicos para regular la preparación, expendio o distribución de alimentos y bebidas que promuevan una alimentación saludable en los planteles de educación básica.

Ya siendo presidente Enrique Peña Nieto, en el Diario Oficial de la Federación del día 26 de febrero de 2013, se publicó el Decreto por el que se reforma el artículo 3o. en sus fracciones III, VII y VIII; y 73, fracción XXV, y se adiciona un párrafo tercero, un inciso d) al párrafo segundo, en donde se prohíben en todas las escuelas los alimentos que no favorezcan la salud de los educandos.

Posteriormente el día 2 de abril del mismo año se presentó La Estrategia Nacional para la Prevención y Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes, con el objetivo de contribuir a la sustentabilidad del desarrollo nacional e incrementar los niveles de bienestar de la población mexicana; tomando como ejes rectores la investigación y la evidencia científica, la corresponsabilidad, la transversalidad, la intersectorialidad, la rendición de cuentas y la evaluación del impacto de las acciones que se llevaran a cabo.

Durante la presentación de La Estrategia Nacional para la Prevención y Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes, la Secretaria de Salud, Dra. Mercedes Juan, reconoció que el acuerdo de 2010 no había logrado tener un impacto general en los mecanismos de comercialización y publicidad de los alimentos y bebidas procesadas. En este mismo sentido, aparentemente la versión original de estos lineamientos fue modificada por la presión de las empresas, permitiendo que se continúen ofreciendo productos altamente procesados y bebidas azucaradas. Además, no tuvo asignación de recursos para su implementación, tampoco supervisión ni control, no hay sanciones ni obligatoriedad, razón por la cual se considera un fracaso. ([Manifiesto por la Salud Alimentaria](#), 2012).

La Estrategia Nacional para la Prevención y Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes contemplan medidas sobre Regulación Sanitaria y Fiscal, con el objetivo de actualizar la reglamentación mexicana en materia de etiquetado y publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas que están dirigidas a los niños.

La Comisión Federal para la Prevención de Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) como parte de la Estrategia para Prevenir y Combatir el Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes, estableció los criterios para: un etiquetado frontal obligatorio que deben portar los alimentos y bebidas procesadas; el distintivo nutrimental que otorga la Secretaría de Salud con el objetivo de que los consumidores distingan las mejores opciones en alimentos y bebidas; y para regular la publicidad de estos productos en los horarios infantiles de televisión.

Para dar cumplimiento a la Regulación Sanitaria, en la primera quincena de abril de 2014 entró en vigor el nuevo etiquetado que revela al consumidor su verdadero contenido nutricional. Las modificaciones a la Norma Mexicana 051 son obligatorias para más de 32 mil productos, por lo que deben presentar en la parte frontal el contenido calórico, de azúcar, grasas y sodio; además de cuánto representa como porcentaje de una dieta de 2 mil kilocalorías al día (Sigler, 2015). Otro aspecto importante sobre el etiquetado son los sellos de calidad nutricional aprobados por decreto presidencial y que llevan todos los productos exceptuando a los productos “chatarra” (Ambrocio, 2014).

Estos criterios fueron elaborados por la industria alimentaria lo que originó polémica entre diversas organizaciones sociales que no están de acuerdo con la regulación sobre el etiquetado de los productos alimenticios. Especialistas como Alejandro Calvillo, integrante de Alianza por la Salud Alimentaria, y Luis Manuel Encarnación de la Red Contrapeso Mídete, consideran que el etiquetado de los alimentos chatarra en México no cumple con los criterios internacionales, y por lo tanto éstos deben ser derogados (Alianza por la Salud Alimentaria, 2014). Otro análisis realizado por el Poder del Consumidor y la Alianza por la Salud Alimentaria demostraron que los criterios para la regulación de la publicidad de alimentos y bebidas, y el distintivo nutricional, no surtirán ningún efecto a favor de la salud y podrían tener un efecto contrario debido a que son entre el 100% y el 300% más permisivos que los aplicados en otros países (Poder del Consumidor, 2014).

Siguiendo con la Regulación Sanitaria en lo referente a la publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas, la Secretaría de Salud anunció una serie de medidas regulatorias que entraron en vigor a partir del 18 de julio de 2014 y en las que se restringen los anuncios de refrescos, botanas, confitería y chocolates en horarios infantiles de televisión y cine. Con esta medida saldrán del aire más de diez mil anuncios de estos productos ya que la restricción abarca de las 14:30 a las 19:30 horas de lunes a viernes y de las 7:00 a las 19:30 horas los sábados y domingos.

La crítica a esta regulación es que sólo se aplica a TV y cines, cuando por ejemplo, el mayor crecimiento en la publicidad de comida chatarra y bebidas azucaradas se da en internet y en las redes sociales, medios que en la actualidad frecuentan más los niños, por lo que las empresas han canalizado la inversión publicitaria y han invertido 50% más en medios de comunicación, como internet, celulares y redes sociales para alcanzar al público infantil (Alianza por la salud alimentaria, 2013).

En cuanto a la regulación fiscal, cuyos objetivos son combatir el problema de obesidad y aumentar la recaudación tributaria, los legisladores introdujeron un Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) de 5% a los alimentos de alto contenido calórico como [frituras, dulces, gelatinas o chocolates](#) y de 10% a la enajenación e importación de algunos productos cuya ingesta se encuentra presuntamente relacionada con el sobrepeso y la obesidad. En el mismo sentido, se aplica un gravamen de [un peso por litro a las bebidas saborizadas](#), así como a los concentrados, polvos, jarabes, esencias o extractos de sabores, que contengan cualquier tipo de azúcares añadidas, que entró en vigor el 1 de enero de 2014.

La recaudación que se pretendió con ese impuesto fue de 12,455 millones de pesos (950 millones de dólares); cifra que fue más que duplicada al haber generado una recaudación de 31 mil millones de pesos, de acuerdo con los resultados preliminares del efecto de este gravamen analizados por el Instituto Nacional de Salud Pública (El Debate, 2015).

Mercadotecnia social: un enfoque para generar cambios voluntarios de conducta

En la sociedad actual hay una serie de situaciones que involucran comportamientos no deseables que en ocasiones llegan a convertirse en problemas a nivel de la sociedad en su conjunto, tal es el caso de las adicciones, la anorexia, la bulimia, el sobrepeso y la obesidad entre otros, cuya solución demanda de acciones coordinadas e integrales que requieren de la participación de una diversidad de actores involucrados.

Entre los enfoques que se han desarrollado para influir y lograr que los grupos sociales dirijan su comportamiento hacia una determinada dirección, Kotler (en Dibb y Carrigan, 2013) identifica los siguientes:

- Persuasión social, la cual está dirigida a influir en las actitudes y las creencias. Ésta se utiliza cuando se trata de persuadir a otros para que adopten o consideren una actitud o creencia diferente, y puede realizarse cara a cara o bien a través de medios en línea o fuera de línea.
- Tecnología social, orientada a influir pasivamente en el cambio social, como por ejemplo los dispositivos que se encuentran en la mayoría de los autos para que el conductor se coloque el cinturón de seguridad.
- Mercadotecnia social, que tiene como objetivo influir activamente en el cambio de comportamiento. Se trata de una disciplina formal, en la cual se han desarrollado herramientas y procesos explícitos para lograr los cambios deseados de comportamiento.
- Movimientos sociales, los cuales tienen como meta el influir en el logro de cambios de comportamiento en gran escala a través de la acción colectiva. Éstos describen acciones de grupos de presión para enfrentar problemas sociales de alto grado de dificultad. Entre éstos pueden citarse los movimientos ecologistas.

- Condicionamiento social, el cual se fundamenta en el uso de la *teoría del aprendizaje social*, la cual se basa en reforzar el comportamiento positivo con recompensas; y en desalentar el comportamiento negativo con castigos.

Para efectos de esta investigación se tomará como marco conceptual el enfoque de mercadotecnia social, la cual Andreasen (1994:110) define como:

“la aplicación de las tecnologías de la mercadotecnia comercial al análisis, planeación, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de una audiencia objetivo a fin de mejorar su bienestar personal y el de su sociedad”.

Hay algunos elementos básicos de esta definición que de acuerdo con Andreasen (1994) distinguen y le dan su carácter particular a la mercadotecnia social:

- La mercadotecnia social toma sus técnicas de la mercadotecnia comercial y las adapta; sin embargo no debe olvidarse que en ambos casos el objetivo es *influir en el comportamiento*.
- La mercadotecnia social se aplica a programas de acción. Este punto es importante debido a que muchas veces se consideran como sinónimos publicidad social y campañas, siendo que éstas últimas tienen un tiempo de duración y terminación fijo. Por su parte, los programas de mercadotecnia social pueden durar varias décadas y comprender varias campañas. Como ejemplo puede citarse el programa de mercadotecnia social de largo plazo de la Asociación Americana contra el Cáncer orientado a dejar de fumar, el cual comprende campañas anuales como “Un día sin tabaco”.
- La esencia de la mercadotecnia social es lograr un cambio de comportamiento. No se trata solo de emitir un mensaje o cambiar actitudes. Es frecuente que se confunda mercadotecnia con comunicación, pero si bien los mercadólogos proporcionan información, su ámbito no es el de la *educación*. De igual manera aun cuando se trata de convencer a la audiencia acerca de lo correcta que puede ser una creencia, no se pretende hacer *propaganda*. En este sentido Andreasen (1993) señala que muchos programas en el área de salud son realmente programas educativos y propaganda. De hecho, la educación y la propaganda solo son útiles para los mercadólogos si conducen a un cambio de comportamiento. El enfocarse en el cambio de conducta también conlleva a centrarse en el usuario, lo cual hace necesario realizar estudios de mercado para conocer plenamente a la audiencia objetivo antes de diseñar los programas de mercadotecnia social, así como probar las estrategias y tácticas principales antes de ponerlas en práctica; y monitorear los resultados.
- Si bien la esencia de la mercadotecnia social es cambiar el comportamiento, en algunas ocasiones más que de modificar se trata de reforzar una conducta o de prevenir el cambio; tal es el caso de la campaña “Di no a las drogas”, cuyo objetivo es desanimar el cambio.
- La mercadotecnia en el sector privado se dirige a influir el comportamiento en forma voluntaria y estas son las habilidades que los mercadólogos aportan en

el ámbito social. La coerción puede resultar una forma más eficiente de lograr el cambio, como en el caso del uso del cinturón de seguridad, por lo que dependiendo de la naturaleza del cambio buscado debe definirse si resulta o no apropiado el uso de la mercadotecnia social, o si debe utilizarse en combinación con otros enfoques.

Ahora bien, para determinar si un programa orientado a un cambio de conducta es realmente de mercadotecnia social deben tomarse en cuenta los siguientes criterios (Andreasen, 2002):

El diseño y evaluación de las intervenciones tiene como elemento fundamental el cambio de comportamiento voluntario

- La investigación sobre la audiencia objetivo se lleva a cabo en forma consistente para: a) comprender a la audiencia objetivo al inicio de la intervención (investigación formativa), b) realizar pruebas previas de rutina de los elementos de intervención antes de que se implementen, y c) dar seguimiento a las intervenciones
- Se lleva a cabo una segmentación cuidadosa de las audiencias objetivo
- El punto básico de cualquier estrategia para influir en la audiencia es crear intercambios atractivos y motivantes
- La estrategia trata de utilizar las 4 P's (producto, precio, plaza o distribución y promoción) de la mezcla tradicional de mercadotecnia. Por ejemplo no se trata solo de hacer publicidad o comunicación, sino que hay que crear un paquete atractivo de beneficios (producto), al mismo tiempo que se minimizan los costos (precio) tanto como sea posible, haciendo el intercambio conveniente y fácil (lugar); y se comunican mensajes a través de los medios que resultan relevantes y preferidos por la audiencia objetivo (promoción).
- Se presta una especial atención a la competencia, en términos de las conductas alternativas por las que puede optar el público objetivo.

A diferencia de la mercadotecnia comercial, en el caso de la mercadotecnia social se diseñan e implementan estrategias en tres niveles para abordar en forma integral la problemática asociada al cambio de comportamiento. Estos tres niveles son (Andreasen, 2005):

- Primer nivel: la estrategia se dirige a la audiencia objetivo para motivarla a cambiar su comportamiento, esto es las personas con sobrepeso, los adolescentes en situaciones de riesgo.
- Segundo nivel: estas estrategias van dirigidas a los pares de la audiencia meta que pueden influir positivamente en el individuo o grupo en cuestión, y que comprenden a los padres, hermanos, compañeros de escuela, entre otros.
- Tercer nivel: las estrategias van dirigidas a todas aquellas organizaciones e instituciones que ejercen influencia ya sea apoyando el comportamiento no deseable, o bien ejerciendo una influencia positiva hacia la conducta deseable. Por ejemplo, en el caso del sobrepeso y obesidad infantil, las autoridades escolares y las instituciones de salud pública apoyan las conductas deseables

en cuanto a la alimentación de los niños; mientras que la industria de alimentos chatarra y la refresquera promueven los comportamientos no deseables. Este tercer nivel es el que representa un mayor grado de dificultad, dado que se requiere obtener el apoyo de un gran número de organizaciones para alcanzar un efecto positivo de largo plazo; las cuales al mismo tiempo deben estar preparadas para enfrentar una fuerte resistencia por parte de aquellos que apoyan las conductas no deseables y cuyos intereses económico-financieros se ven afectados.

Un punto que debe tenerse en mente al implementar una campaña de mercadotecnia social es que en una sociedad libre, el consumidor tiene la posibilidad de elegir el rehusarse a cambiar su comportamiento y mantener la conducta no deseada. Por lo tanto, el producto o intervención del mercadólogo social, debe proporcionar en forma inmediata mayor beneficio y valor que las opciones alternativas de comportamiento (Domegan, 2008).

De igual manera, se debe tomar en consideración que las mejores estrategias de mercadotecnia social demandan una duración de diez años. Lusch y Vargo (2006) sugieren que algunas prácticas de esta disciplina requieren largos periodos de tiempo para un aprendizaje adaptable y para tener flexibilidad.

Metodología

Objetivos e hipótesis

Uno de los puntos centrales de la estrategia diseñada por el gobierno federal para detener y revertir la tendencia del sobrepeso y la obesidad infantil en nuestro país, ha sido la regulación de los alimentos y bebidas permitidos para su venta en las escuelas de nivel básico, misma que entró en vigor, con carácter obligatorio, en enero de 2011. El presente estudio se enfocó a tres de los actores involucrados en esta problemática y cuyo comportamiento se quiere influir, esto es: niños que cursan la primaria, padres de familia y autoridades escolares, teniendo como objetivos particulares:

Autoridades

- Conocer el nivel de conocimiento y aplicación de los lineamientos en las escuelas primarias
- Determinar el tipo de alimentos que los niños consumen en la escuela

Padres de familia

- Conocer el nivel de importancia que otorgan a la obesidad infantil
- Conocer el tipo de alimentos que los niños consumen en el ámbito escolar
- Determinar el nivel de conocimiento acerca de los lineamientos y el grado de aplicación en la escuela a la que asisten sus hijos

Niños

- Determinar si los niños reciben información sobre la importancia de una buena alimentación, por parte de padres y maestros, así como de las consecuencias de la obesidad.

- Conocer los hábitos alimentarios de los niños en el ámbito escolar
- Conocer los hábitos de los niños en cuanto a su actividad física
- Determinar el nivel de conocimiento de la lista de alimentos permitidos en las escuelas de nivel básico

Una vez definidos los objetivos particulares se procedió a formular las siguientes hipótesis:

H₀₁: No existe relación entre el nivel de conocimiento de la lista de alimentos permitidos y el tipo de escuela, pública o privada, desde el punto de vista de los padres

H₀₂: No existe relación entre el nivel de aplicación de la lista de alimentos permitidos y el tipo de escuela, pública o privada, desde el punto de vista de los padres

H₀₃: No existe relación entre el nivel de conocimiento de la lista de alimentos permitidos y el tipo de escuela, pública o privada, desde el punto de vista de los niños

Diseño de investigación

Autoridades

Se diseñó una investigación exploratoria de carácter cualitativo a través de entrevistas de profundidad.

Padres de familia y niños

Se seleccionó un diseño no experimental transeccional correlacional, ya que el estudio se realizó en un punto en el tiempo y se pretendía identificar la relaciones planteadas en las hipótesis.

Diseño de la muestra

Autoridades

- El universo considerado para este estudio estuvo conformado por las escuelas primarias públicas/privadas ubicadas en el Distrito Federal
- La muestra estuvo conformada por 5 directores de escuelas primarias, utilizando un muestreo de juicio de expertos.

Padres de familia

- El universo considerado para este estudio estuvo conformado por padres de familia cuyos hijos se encuentran cursando la primaria en escuelas primarias públicas/privadas ubicadas en el Distrito Federal.
- El tamaño total de la muestra fue de 1,173 padres, de los cuales el 65% correspondió a escuelas públicas y el 35% a privadas.⁵
- Para seleccionar a los padres participantes en el estudio se utilizó un muestreo por conglomerados llevando a cabo el siguiente procedimiento:
 - De una lista de las delegaciones políticas del Distrito Federal se seleccionaron aleatoriamente cuatro, que fueron Benito Juárez, Coyoacán, Iztapalapa y Tlalpan.
 - A partir del porcentaje de escuelas públicas y privadas ubicadas en cada delegación se calculó el número de padres de familia participantes.

⁵ Estos porcentajes se determinaron considerando el porcentaje de escuelas públicas y privadas que hay en el Distrito Federal.

Niños

- El universo considerado para este estudio estuvo integrado por los niños que se encuentran cursando la primaria en escuelas primarias públicas/privadas ubicadas en el Distrito Federal.
- El tamaño total de la muestra fue de 1,505 niños, de los cuales el 65% correspondió a escuelas públicas y el 35% a privadas.⁶
- Para seleccionar a los niños participantes en el estudio se utilizó un muestreo por conglomerados realizando el mismo procedimiento detallado para la muestra de padres de familia.

Instrumento

Autoridades

Se diseñó una guía de tópicos que fue utilizada durante las entrevistas de profundidad.

Padres de familia y niños

Para recopilar la información se diseñó un cuestionario directo estructurado para los padres y otro para los niños, los cuales comprendieron las siguientes secciones:

Padres

- Grado de importancia de la obesidad infantil en México y nivel de conocimiento de sus causas
- Hábitos alimentarios de los niños en el contexto escolar
- Nivel de conocimiento y grado de aplicación de las medidas implementadas por el gobierno federal para reducir el sobrepeso y la obesidad infantil
- Perfil del entrevistado

Niños

- Hábitos alimentarios de los niños en el contexto escolar
- Hábitos de los niños en cuanto a su actividad física
- Nivel de conocimiento sobre la lista de alimentos permitidos
- Información sobre la importancia de una buena alimentación, por parte de padres y maestros, así como de las consecuencias de la obesidad
- Perfil del entrevistado

Análisis de resultados

En primer lugar se presentan los resultados del estudio cualitativo y posteriormente en forma comparada se analiza la información obtenida por parte de los padres de familia y los niños.

Autoridades escolares

- Aun cuando el “Acuerdo mediante el cual se establecen los lineamientos generales para el expendio o distribución de alimentos y bebidas en los establecimientos de consumo escolar de los planteles de educación básica”, entró en vigor el 10 de enero de 2011 con carácter obligatorio, no en todas las

⁶ Estos porcentajes se determinaron considerando el porcentaje de escuelas públicas y privadas que hay en el Distrito Federal.

escuelas se aplica a cabalidad, y hay diferencias en la forma en que ha sido puesto en práctica.

- Los directores señalan asimismo, que en un inicio la información fue muy escueta, ya que se limitó a un folleto; y posteriormente no se ha dado seguimiento por parte de la SEP.
- A pesar de que hay una lista de alimentos permitidos, algunos de los entrevistados mencionaron no contar con criterios claros para seleccionar los alimentos que se venden a los niños a la hora del recreo.
- La variedad de productos que se venden en las escuelas está en parte sujeta al criterio del director y de los propios padres, e incluyen entre otros: frituras, galletas, tacos de guisado, sincronizadas, fruta con chile, panes pequeños de amaranto, leche de sabores, jugos procesados, quesadillas, tostadas, mini pizzas, pastelitos. No todos estos alimentos forman parte de la lista de alimentos permitidos.
- Por otro lado, señalan que los productos “chatarra” son los que les dejan mayor utilidad, además de que los proveedores les dan apoyos como pintar la escuela si permiten la venta de sus artículos.
- Los niños prefieren los productos “chatarra” en lugar de alimentos más saludables como fruta o ensalada.
- Un aspecto que en algunas escuelas no ha permitido aplicar totalmente la lista de alimentos permitidos es la oposición por parte de los padres de familia.
- Las autoridades escolares señalan que no solo es cuestión del tipo de alimentos que comen los niños, sino también el tamaño de las porciones, siendo los padres quienes tienen la mayor responsabilidad en cuanto a la alimentación de sus hijos.
- Otro aspecto que consideran importante es lo que compran a la salida de la escuela, ya que generalmente hay vendedores ambulantes que ofrecen principalmente alimentos y bebidas con un alto valor calórico, y los padres aprueban su compra y consumo.
- Si bien en las escuelas de tiempo completo al principio se contó con nutriólogos para elaborar los menús y se capacitó a las cocineras, en la actualidad ya no se cuenta con estos apoyos.
- En opinión de los directores no basta con implementar medidas dentro de las escuelas, si no hay un compromiso por parte de los padres de dar a sus hijos una alimentación balanceada dentro y fuera de casa.

Padres y niños

Como lo muestra el Cuadro 1, los padres de familia no solo están conscientes de que la obesidad infantil es un problema, sino que además lo califican de grave, ya que en ambos casos las respuestas de los entrevistados superan el 90%.

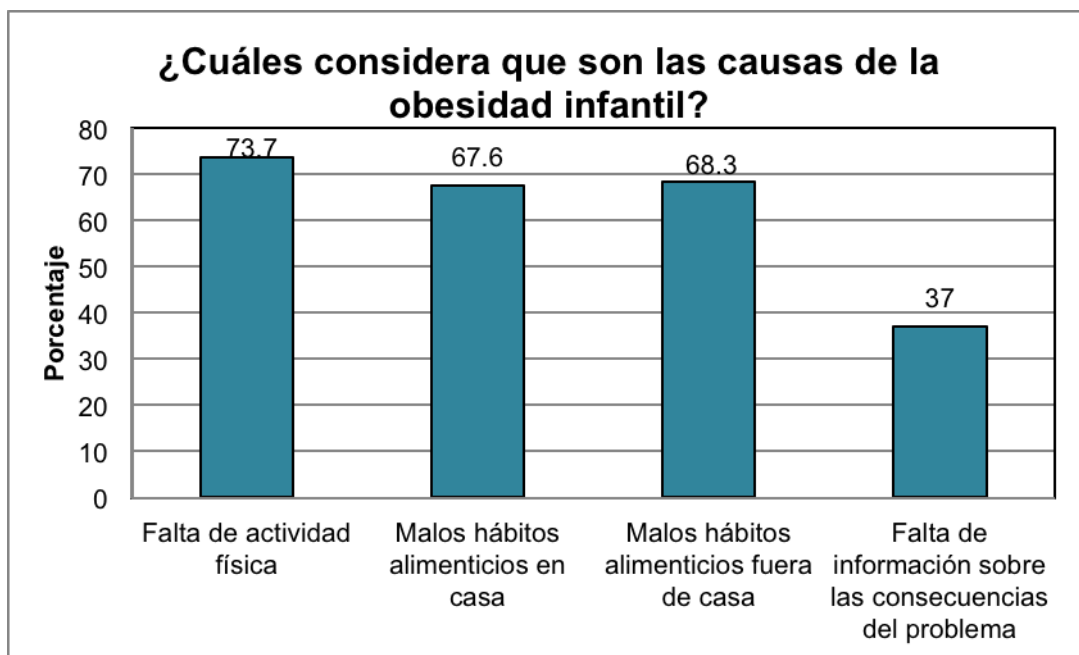
Cuadro 1
Importancia de la obesidad infantil en México

	%
La obesidad infantil es un problema en México*	94
Es un problema grave/muy grave**	97

*n=1173 **n=1107

Los padres de familia identifican dos causas principales de la obesidad infantil en nuestro país (ver Gráfica 2), a saber, la falta de actividad física (73.7%) y los malos hábitos alimenticios dentro (68.3%) y fuera de casa (67.6%).

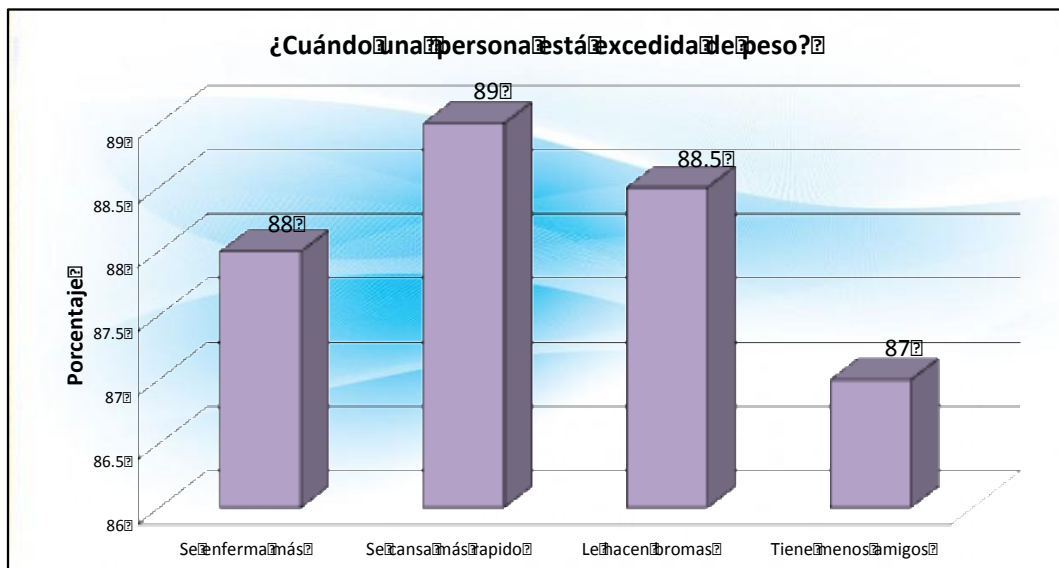
Gráfica 2



n=1173

Por su parte, el 80.1% de los niños entrevistados indicaron que sus padres y maestros platican con ellos sobre la importancia de tener una buena alimentación, y como se aprecia en la Gráfica 3 están conscientes de las consecuencias negativas tanto a nivel físico como emocional del exceso de peso.

Gráfica 3
(n=1505)

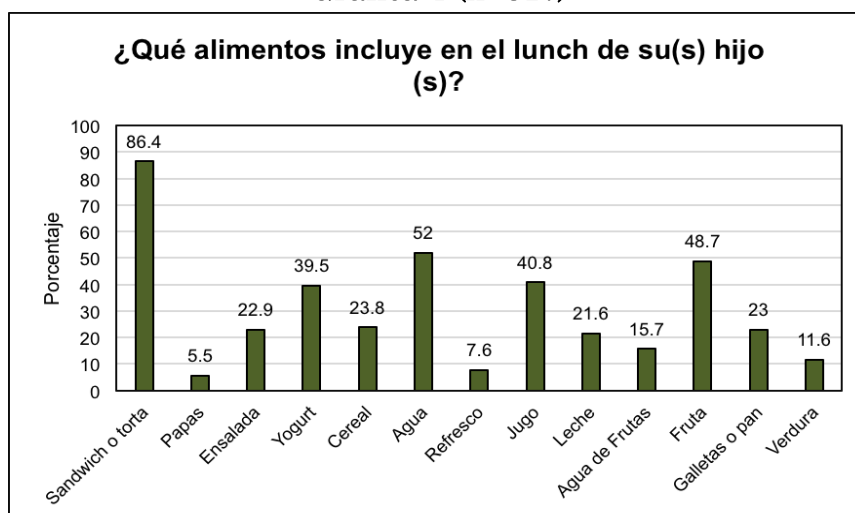


Los resultados antes presentados, muestran que tanto los padres como los niños están conscientes del problema que representa la obesidad infantil, así como de la importancia de alimentarse bien.

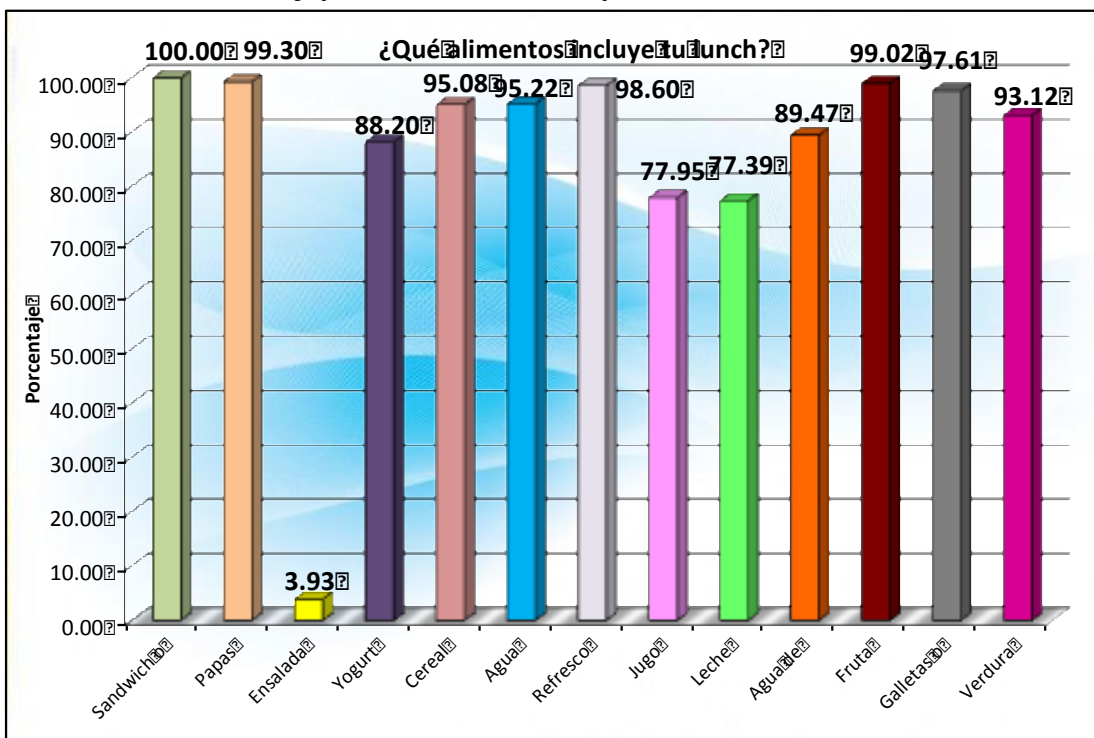
En cuanto al lunch para la hora del recreo, la mayor parte de los padres entrevistados (69%) señala prepararle lunch a sus hijos, y el contenido del mismo puede considerarse dentro de lo que debe incluir una dieta saludable, esto es sándwich o torta (86.4%), agua (52.0%), fruta (48.7%), jugo (40.8%). Destaca por otro lado, el bajo porcentaje que menciona incluir refresco (7.6%) o papas fritas (5.5%) en el lunch (Gráfica 4).

Sin embargo, solo el 47% de los niños entrevistados indicó llevar lunch a la escuela, y como se aprecia en la Gráfica 5, la mayoría de los alimentos son adecuados para los niños, ya que incluye sándwich o torta (100%), fruta (99%), galletas o pan (97.6%), cereal (95.1%), verdura (93.1%). Por otro lado, es preocupante el porcentaje de escolares cuyo lunch contiene refrescos y papas fritas (99.3% y 98.6%, respectivamente).

Gráfica 4 (n=817)

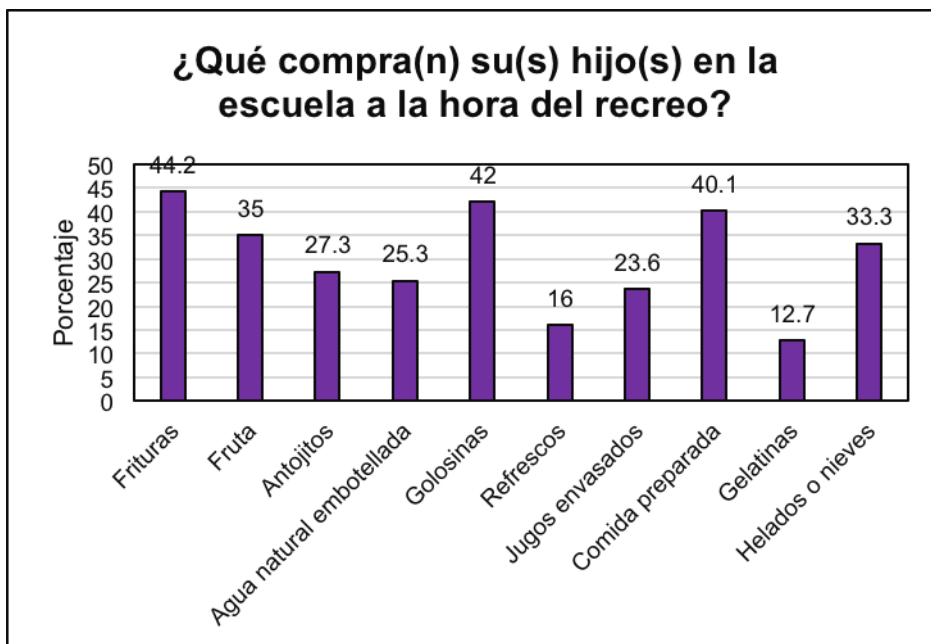


Gráfica 5 (n=712)
¿Qué alimentos incluye tu lunch?



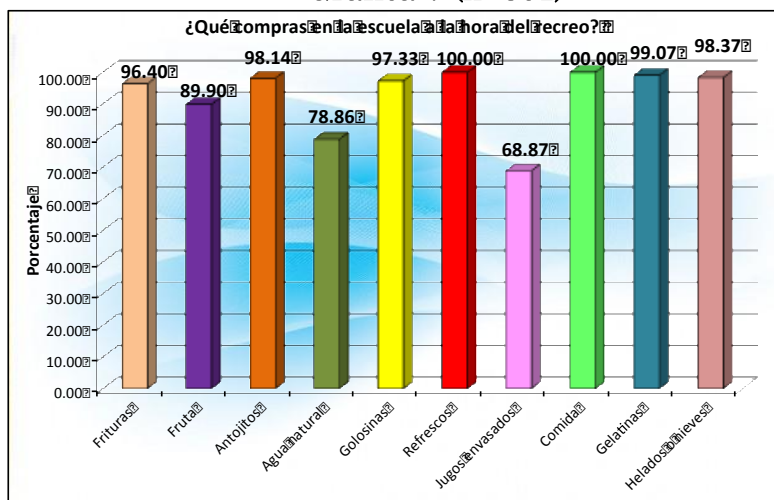
El 68% de los padres entrevistados menciona darles dinero a los niños para comprar algo a la hora del recreo, indicando que los productos preferidos por sus hijos, como se observa en la Gráfica 6, son: frituras (44.2%) y golosinas (42.0%), los cuales se caracterizan por su alto contenido calórico.

Gráfica 6 (n=806)



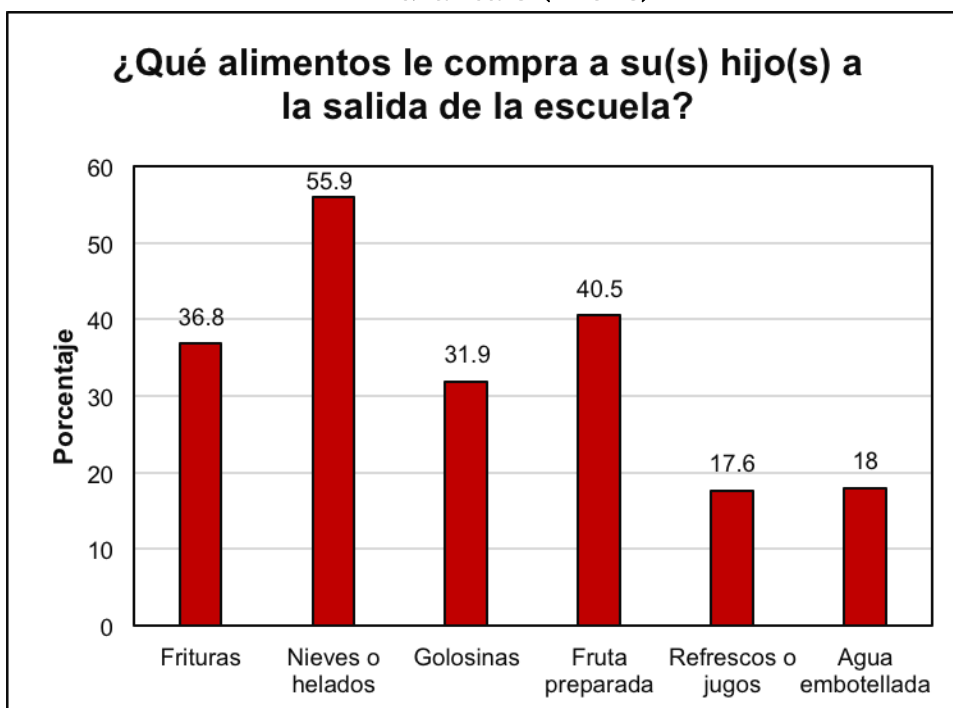
En la Gráfica 7 se observa que con excepción del agua embotellada y la fruta, los productos que los niños indican comprar a la hora del recreo contienen un alto nivel de calorías. Por otra parte, es de destacar que la información proporcionada por los escolares coincide con lo señalado por los padres.

Gráfica 7 (n=861)



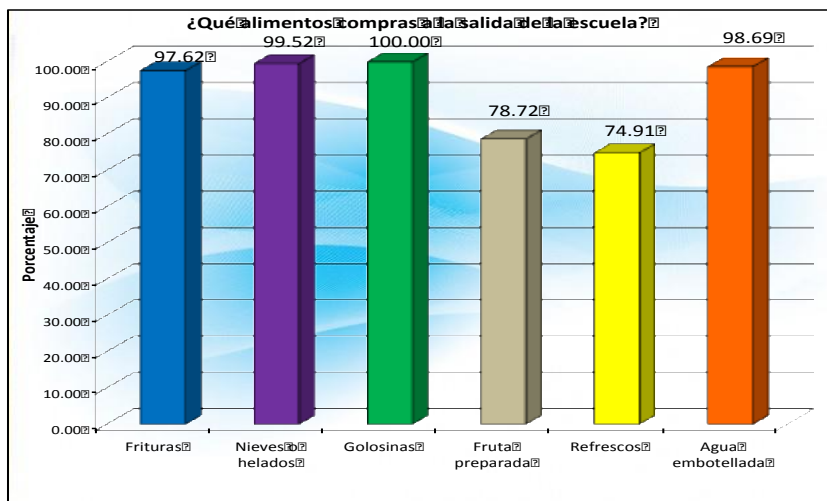
Como ya se ha señalado, es una práctica común comprarle algo de comer a los niños a la salida de la escuela. En efecto, el 45% de los entrevistados lo hace, y el 55.9% menciona comprarles nieves o helados, que se caracterizan por su alto potencial obesogénico, seguidos por fruta preparada (40.5%) y frituras (36.8%) (Ver Gráfica 8).

Gráfica 8 (n=528)



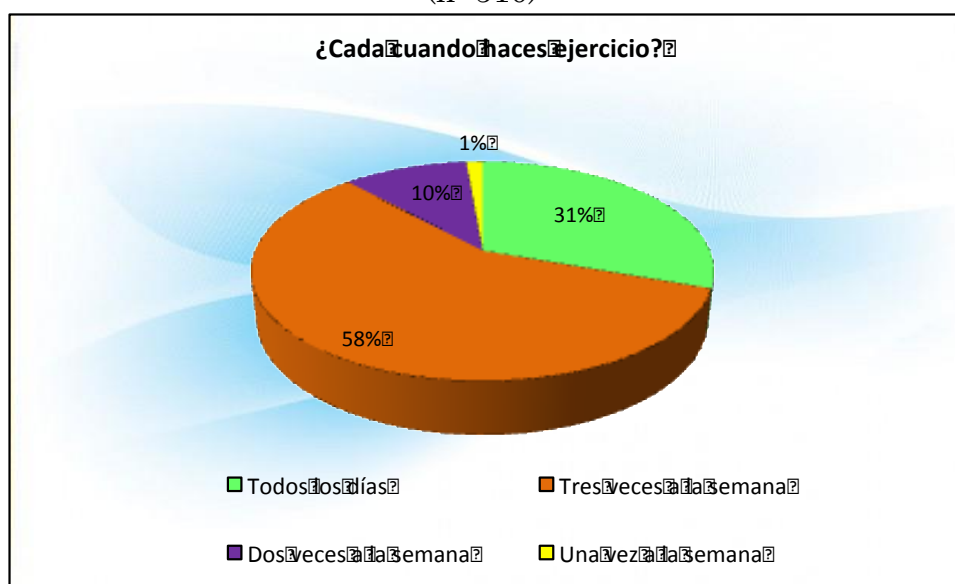
Ante esta misma pregunta, el 55.9% de los niños contestó comprar algo a la salida de la escuela, destacando entre sus productos favoritos las golosinas (100%), nieves o helados (99.5%), las frituras (97.6%), los refrescos (74.9%), cuyo consumo en exceso los pone nuevamente en riesgo (ver Gráfica 9).

Gráfica 9 (n=841)



Con relación a la actividad física que realizan los niños, el 66% respondió que no realiza ejercicio, y como se muestra en la Gráfica 10, la mayor parte de los que si lo hacen, practican alguna actividad tres veces a la semana (58%).

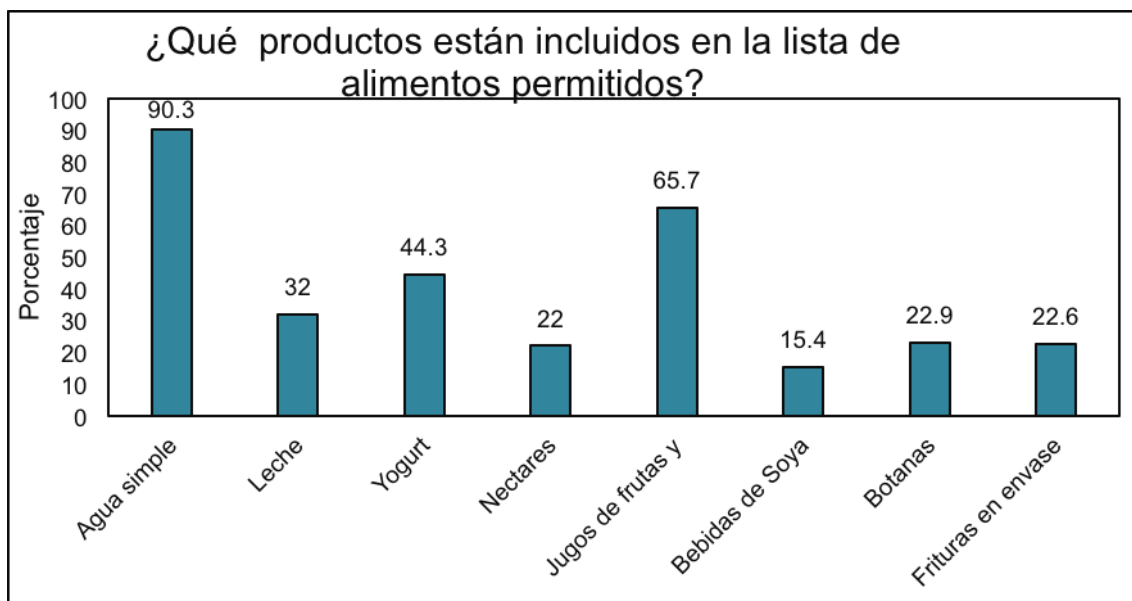
Gráfica 10 (n=510)



Con relación a los lineamientos para regular la venta de alimentos y bebidas en las escuelas, a cuatro años después de su puesta en práctica, el 70% de los padres entrevistados no conoce la lista de alimentos permitidos y de los que sí la conocen, el 60% afirma que se aplica en la escuela de sus hijos, siendo que ésta es obligatoria. Por otro lado, hay un bajo nivel de conocimiento por parte de los padres respecto a los alimentos permitidos, ya que como se muestra en la Gráfica 11, los productos que más identifican son el agua simple (90.3%), jugos de frutas y verduras (65.7%) y yogurt (44.3%), siendo que todos los alimentos que aparecen en la Gráfica están incluidos en la lista.

En lo que respecta a los niños, el 77% menciona tener conocimiento de que hay una lista de alimentos y bebidas que pueden venderse en las escuelas.

Gráfica 11 (n=450)



Prueba de hipótesis

Las tres hipótesis se contrastaron mediante una prueba de X_i^2 , encontrándose que hay relación estadísticamente significativa en las hipótesis 2 y 3 que se refieren a:

- H_{12} : Existe relación entre el nivel de aplicación de la lista de alimentos permitidos y el tipo de escuela, pública o privada, desde el punto de vista de los padres⁷

En el Cuadro 2 se encuentra que si bien la lista es obligatoria en todas las escuelas, tiende a aplicarse más en las escuelas privadas, de acuerdo con la apreciación de los padres.

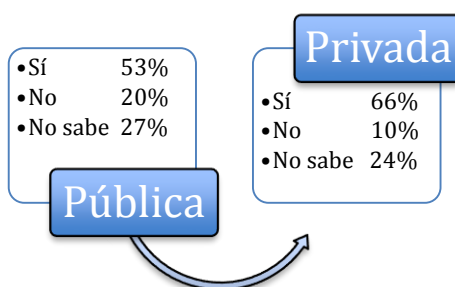
- H_{13} : Existe relación entre el nivel de conocimiento de la lista de alimentos permitidos y el tipo de escuela, pública o privada, desde el punto de vista de los niños⁸

El Cuadro 3 muestra que el grado de conocimiento de la lista tiende a ser mayor entre los niños de escuelas públicas.

Una explicación de estos resultados podría ser que en las escuelas privadas se ha involucrado más a los padres en cuanto a la difusión de la lista, mientras que en el caso de las públicas se han enfocado más los esfuerzos hacia los niños.

Cuadro 2 (n=1173)

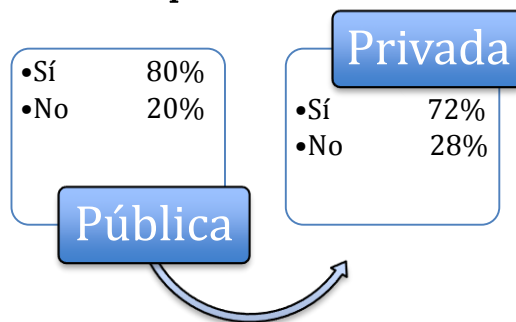
**Nivel de aplicación de la lista de alimentos permitidos por tipo de escuela
Perspectiva de los padres**



⁷ Nivel de significancia real: .005

⁸ Nivel de significancia real: .00

Cuadro 3 (n=1505)
Nivel de conocimiento de la lista de alimentos permitidos por tipo de escuela
Perspectiva de los niños



Conclusiones

- Tanto a nivel de las autoridades escolares, como de los padres de familia hay consciencia en cuanto a la gravedad de la problemática relacionada con el sobrepeso y la obesidad infantil en México; y por su parte los niños han recibido información acerca de la importancia de alimentarse bien. Sin embargo, al analizar el contenido del lunch escolar se encuentra que si bien éste incluye en su mayoría alimentos adecuados para un niño, también contiene alimentos y bebidas no saludables. Esta situación se agrava cuando se analiza lo que los niños compran a la hora del recreo ya que se trata en su mayoría de productos con un alto contenido calórico y que además no deberían venderse en las escuelas, de acuerdo con los lineamientos inicialmente establecidos para los centros escolares. Esta situación refleja que si bien hay conocimiento acerca de esta problemática y de sus consecuencias, no se ha logrado generar un compromiso serio por parte de los padres de familia, que son los responsables directos de la alimentación de los niños, ni de las autoridades escolares.
- La falta de control respecto a los vendedores ambulantes que se ubican fuera de las escuelas, aunado a la actitud permisiva de algunos padres respecto a la compra de productos chatarra, contribuye a que los niños estén expuestos a ambientes que favorecen conductas no deseables en cuanto a su alimentación.
- A cuatro años de la implementación del “Acuerdo mediante el cual se establecen los lineamientos generales para el expendio o distribución de alimentos y bebidas en los establecimientos de consumo escolar de los planteles de educación básica” existe un porcentaje importante de padres de familia que no conoce la lista de alimentos permitidos. Asimismo, los resultados de la prueba de hipótesis nos muestran que no se ha logrado un impacto real en las escuelas, independientemente de que sean públicas o privadas.
- Este desconocimiento aunado a la falta de aplicación de los lineamientos en las escuelas primarias es producto asimismo, de una falta de seguimiento y de programas de evaluación por parte de la SEP y de la SSA; así como de la carencia de continuidad en los programas implementados por el gobierno federal. De hecho, al presentar en 2013 una nueva estrategia, la Secretaría de

Salud reconoció que las medidas establecidas e implementadas en el 2010 no habían logrado el impacto esperado.

- Un aspecto no menos importante que favorece el sobrepeso y la obesidad en los niños es la falta de actividad física, a la cual no se le ha prestado la atención que merece.
- Desde el punto de vista de los criterios que definen si una acción es un programa de mercadotecnia social, se encuentra que con los lineamientos se ha tratado de influir en los hábitos alimentarios de los niños, lo cual implica un cambio también a nivel de los padres y de las autoridades escolares y maestros. Sin embargo, aun cuando las acciones implementadas en el ámbito escolar han tratado de cubrir los tres niveles de estrategia (audiencia objetivo, pares y organizaciones e instituciones interesadas) no se han desarrollado programas que integren las 4 P's y que generen paquetes de beneficios atractivos y motivantes para lograr el cambio de conducta.
- Finalmente, el sobrepeso y la obesidad infantil constituyen una problemática que demanda un cambio a nivel de la sociedad en su conjunto y para lograrlo es necesario abordarla en forma holística y desde diferentes enfoques, entre los que se encuentra la mercadotecnia social.

Referencias

Fuentes impresas

- Andreasen, A.R. (2005). *Social Marketing in the 21st Century*, Sage: Thousand Oaks, Calif.
- Andreasen (2002). Marketing social marketing in the social change marketplace. *Journal of Public Policy & Marketing* 21(1): 3–13.
- Andreasen (1994). Social marketing: Its definition and domain. *Journal of Public Policy & Marketing* 13(1): 108–114.
- Andreasen (1993). A Social Marketing Research Agenda for Consumer Behavior Researchers en *Advances in Consumer Research*, Vol. 20, Michael Rothschild y Leigh McAlister, eds. Provo, UT: Association for Consumer Research, 1-5.
- Dibb, Sally y Carrigan, Marylyn (2013). *Social marketing transformed: Kotler, Polonsky and Hastings reflect on social marketing in a period of social change*. *European Journal of Marketing*, 47(9) pp. 1376–1398.
- Domegan, C.T. (2008). Social Marketing: implications for contemporary marketing practices classification scheme. *Journal of Business & Industrial Marketing* 23/2, pp.135-141
- Lusch, R.F. y Vargo, S.L. (2006). Service-dominant logic: reactions, reflections and refinements, *Marketing Theory* Vol. 6 No. 3, pp. 281-288

Fuentes digitales

- Alianza para la salud (2013, 2014). Recuperado de alianzasalud.org.mx
- Ambrocio, G. (2014). [Comida chatarra tendrá etiquetas para advertir de riesgos.](#)

- Recuperado de: www.milenio.com/df/chatarra-empaques-nuevos-COFEPRIS-0-268773521.html
- Birmingham, Maureen, (2013). El impuesto a refrescos desde la óptica de la evidencia científica: ¿Una política fiscal saludable? Recuperado de www.paho.org/mex/index
- Calvillo, A. y Encarnación, L. (2014). [Etiquetado de alimentos chatarra no cumple con criterios](http://www.alianzasalud.org.mx/2014/06/Etiquetado-de-alimentos-chatarra-no-cumple-con-criterios). Recuperado de www.alianzasalud.org.mx/2014/06
- [El Debate](http://www.debate.com.mx/mexico/), (2015). | [Recaudan 31mmdp por impuesto en refrescos](http://www.debate.com.mx/mexico/) . Recuperado de www.debate.com.mx/mexico/
- Estrategia Nacional para la Prevención y Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes. (2013)
- Recuperado de: www.promocion.salud.gob.mx/dgps/interior1/estrategia.html
- Fausto, J., Valdez, R., Aldrete, G., López, C. Antecedentes históricos sociales de la obesidad en México (2006). Mediagraphic Artemisa en línea Vol. VIII • Número 2 • Recuperado de www.medigraphic.com/pdfs/invsal/isg-2006/isg062f.pdf · Archivo PDF
- Manifiesto para la salud alimentaria (síntesis) (2012) Recuperado de alianzasalud.org.mx
- Noticieros Televisa (2015) Continúa en aumento la población que padece obesidad Recuperado de: www.noticieros.televisa.com/mexico/
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2014). Estadísticas de obesidad OCDE Recuperado de www.oecd.org
- Poder del consumidor (2014). Recuperado de <http://el.poderdelconsumidor.org>
- Plan de Acción para la Prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia (2014). Recuperado de www.incap.org.gt/.../648-
- Rivera, A., Hernández, M., Aguilar, A., Vadillo, F., Murayama, C., (2012). Obesidad en México: Recomendaciones para una política de Estado. Trabajo realizado por el Grupo Multidisciplinario sobre Obesidad de la Academia Nacional de Medicina Recuperado de www.oda-alc.org/documentos/1365120227
- Sigler Edgar (2015). Etiquetado de comida 'chatarra' en México es ineficiente: ONG Recuperado de: <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/etiquetado-de-comida-chatarra-en-mexico-es-ineficiente-ong.html>