

Administración Contemporánea. Revista de Investigación

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

VOLUMEN IX

Número 31

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

RELACIÓN DE LAS MEDIDAS DISCIPLINARIAS CON EL CLIMA LABORAL DEL SECTOR ADMINISTRATIVO DE LA UNAM

Jesús Alfredo Muñoz Gamboa (UNAM. Facultad de Contaduría y Administración).....1

CATEGORIZACIÓN DEL PERFIL Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN ZIHUATANEJO, GRO.

Marlene Miralrío López José Carlos Martínez Vázquez; y Esteban Martínez Díaz (Instituto Tecnológico de la Costa Grande y UNADM, México).....14

Administración Contemporánea. Revista de Investigación. Año 14, No. 31, mayo-agosto del 2017, 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, Ciudad de México, 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, Ciudad de México, 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.

AEDES AEGYPTI ¿UN TEMA EMPRESARIAL? LOS COSTOS EMPRESARIALES RELACIONADOS CON LOS MOSQUITOS

José Vili Martínez González, Vili Aldebarán Martínez García, Andrea García Valerio y María Elena Quero Corzo (COLPARMEX y Ajedrez Consultores)..... 45

EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU IMPORTANCIA EN LA ORGANIZACIÓN PÚBLICA. ESTUDIO DE CASO DEL AYUNTAMIENTO DE MEXICALTZINGO ESTADO DE MÉXICO

Delia Gutiérrez Linares, Eduardo Rodríguez Manzanares y Leticia Contreras Orozco (Universidad Autónoma del Estado de México. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales).....56

RELACIÓN DE LAS MEDIDAS DISCIPLINARIAS CON EL CLIMA LABORAL DEL SECTOR ADMINISTRATIVO DE LA UNAM

Jesús Alfredo Muñoz Gamboa (UNAM. Facultad de Contaduría y Administración)

RESUMEN

La presente investigación de las medidas disciplinarias en la UNAM, busca si hay relación con el clima laboral, es transeccional descriptiva porque presenta las incidencias de disciplina con la variable dependencia de adscripción del trabajador, comparándolas con la calificación de la medición del clima laboral para establecer la relación entre la disciplina de una dependencia y la percepción medida con el instrumento del clima laboral; una vez conociendo si hay relación se analizaron las características de los trabajadores con las variables rango salarial, edad y género para relacionarlos con las causales, sus sanciones y las sub-escalas del clima laboral de la UNAM.

INTRODUCCIÓN

Lograr la cooperación y empoderamiento de los colaboradores en una organización, alineándolos a un objetivo común representa un gran reto para la administración de recursos humanos, además de la dificultad de alcanzar este objetivo en una organización como la Universidad Nacional Autónoma de México que si bien es cierto cuenta con una ley orgánica que le otorga autonomía para administrarse, las relaciones laborales se ciñen al marco general de cualquier institución gubernamental, teniendo que atender los ordenamientos jurídicos.

Dentro de estos ordenamientos jurídicos se debe tratar con el sindicato que agrupa a los trabajadores administrativos (STUNAM) el cual administra el contrato colectivo de trabajo de este sector y con quien se suscriben los convenios y acuerdos, esta condición representa un desafío para la administración de los recursos humanos al tener un marco rígido y la obligación de convenir con el sindicato.

Sin embargo en el caso de las medidas disciplinarias, la relación laboral se considera individual y el sindicato solo se presenta si el trabajador lo nombra su defensor y la decisión es exclusiva del patrón, situación que genera una alta responsabilidad y una oportunidad, ya que la Universidad no requiere consensuar con el sindicato que sanción le aplicará al trabajador.

Esta sanción bien aplicada presenta la oportunidad de un aprendizaje organizacional que permita corregir los comportamientos inadecuados y

contribuir a generar una disciplina que mejore al clima laboral logrando mayor cooperación de los colaboradores.

La presente investigación que estudia el fenómeno de las medidas disciplinarias (sin efectos, amonestación, suspensión, recisión), transeccional descriptiva por que presenta las incidencias de disciplina con las variables (rango salarial, edad, la dependencia, género) y sanción ubicando las que presentan mayor frecuencia comparándolas con la calificación de la medición del clima laboral relacionándolas y asociándolas con las escalas del mismo (Relaciones personales, estilo de dirección, retribución, sentido de pertenencia, disponibilidad de recursos, estabilidad, valores colectivos, claridad y coherencia en la dirección) que permita comprender mejor el fenómeno de la relación de las variables de las medidas disciplinarias con el clima laboral de la UNAM.

La Universidad Nacional Autónoma de México es una de las instituciones más importantes del país y de América Latina, resulta imposible hablar de la historia nacional sin mencionar dicha institución. Su actividad sustantiva se orienta a la formación de profesionistas, la investigación, y la difusión de la cultura, todo esto dentro de un marco de responsabilidad y compromiso con la problemática nacional. Resulta entonces que hablamos de una institución única en el mundo, con más de 300,000 estudiantes; de educación media superior, superior y posgrado, presencia nacional e internacional, miles de actividades culturales, producción científica, cuidado de acervos y recintos, entre muchas otras. Sin duda la administración de dicha organización se avizora compleja y multidisciplinaria.

Como administrador de recursos humanos y ante la importante labor realizada por la UNAM surge la inquietud por analizar la administración de recursos humanos en una organización con más de 36,000 académicos, 31,000 trabajadores administrativos, de los cuales 24,000 son de base sindicalizados.¹ Esta complejidad se refleja sobre todo en el sector académico que resultado de pertenecer a distintas áreas del conocimiento los hace un grupo heterogéneo, complejo de estudiar y su disciplina se da en órganos colegiados que se auto regulan y por otro lado en el personal administrativo que se divide en dos; el personal de confianza y el personal de base, este último es un grupo más homogéneo que comparte una historia y una cultura similar, por lo que la administración a este sector aplica criterios similares para atender su problemática laboral.

¹ Datos de la Dirección General de Planeación UNAM <http://www.planeacion.unam.mx/> y del departamento del padrón STUNAM <http://www.stunam.org.mx/>

Sin embargo los trabajadores de base tienen distintas adscripciones que van desde Baja California hasta Yucatán atravesando todo el país, aunque si bien es cierto su concentración más grande se encuentra en la zona centro del país en especial en Ciudad Universitaria tienen diferencias en función de su dependencia, además de tener variables como el género, edad, estudios y su puesto.

Por lo que este estudio analiza dentro de esta tipo de trabajadores si existen sub-grupos con características similares, que se asocien a ciertos comportamientos que deriven en una misma causal de sanción y relacionarlos a las escalas del clima laboral buscando una explicación a su conducta para que con base en esto se definan estrategias de atención sobre las variables más significativas que influyen en estos sub-grupos.

Ya que el problema es que existe un claro incremento en las recisiones que la Universidad aplica a sus trabajadores, perdiendo con esto importantes recursos humanos tanto por la parte financiera (costo del procedimiento de admisión, costo de capacitación y pérdida del personal necesario en las áreas asignadas) así como el dilema ético de enviar personal al desempleo, siendo una labor sustantiva de la Universidad la formación de capital humano.

Objetivos

- Establecer si existe una asociación entre las medidas disciplinarias y el clima laboral del sector administrativo de la UNAM.
- Conocer si existen grupos con características similares que tengan un comportamiento que derive en una sanción.
- Establecer si estos grupos de trabajadores fueron sancionados producto de una misma causal y si su sanción fue la misma.
- Saber si los grupos de trabajadores perciben de igual manera los niveles del clima laboral para tratar de explicar a través de estas el origen de su comportamiento.
- Realizar recomendaciones, a partir de las conclusiones, que sirvan a los directivos involucrados en este proceso para la mejor toma de decisiones.

Justificación

“Las organizaciones crean un espacio entre el plano individual y la influencia recíproca, por un lado y por otro, el plano del mundo y de la sociedad. Con respecto a este último se puede decir que su orden [es decir el orden social] está

presente en el orden organizacional y a la inversa, el organizacional altera y está presente en el orden social”²

Esta relación que tienen las organizaciones con la sociedad, en el caso de la UNAM es mayor por su papel y prestigio, tanto nacional como internacional, lo que la obliga a estar en constante mejora para mantenerse a la vanguardia en todos los aspectos y lo que busca esta investigación es aportar una perspectiva a un problema administrativo que repercute tanto en mejorar las relaciones laborales y la administración universitaria, en cumplimiento de la responsabilidad ética con sus trabajadores reflejando a la sociedad una visión humanista de relaciones laborales y así cumplir no solo con el compromiso que tiene encomendado por la sociedad sino con la congruencia de éste con su comunidad y para este caso con sus trabajadores siendo está ilustrada por la siguiente cita:

“la calidad ética de una organización vendría dada por el grado de contribución que ésta proporciona al desarrollo humano propio y ajeno, es decir, por el mayor o menor grado de servicio al bien común, en sentido ético, que es capaz de aportar”³

Los estudios administrativos en el campo de los recursos humanos actuales se centran en entender las relaciones entre la organización y el aspecto humano de este recurso buscando como deducir su reacción ante la estructura y las normas administrativas, sin embargo en el caso de la U.N.A.M su marco normativo es más rígido por lo que un estudio con perspectiva multidisciplinaria se hace necesario para entender y aplicar medidas acordes a esta condición.

Precisamente Karel Kosik indica en el texto *Dialéctica de la Totalidad* que quien sólo interpreta una parte de la realidad vive en el mundo de la pseudoconcreción y no logra comprender ni explicar los fenómenos que se le presentan como objeto de estudio.

“la multicomplementariedad no es ni más ni menos que el reconocimiento de esta complejidad en el conocimiento y en la acción”⁴

Por lo que una investigación de este tipo se justifica ya que busca mejorar las prácticas administrativas aplicadas en el área de recursos humanos, en específico a las relaciones laborales entendiendo la relación que guardan aplicación de las medidas disciplinarias con el clima laboral desde un enfoque multidisciplinario y atendiendo un sentido ético.

²KOSIK Karel (1967) *Ensayos sobre problemas de ética en las organizaciones. “ dialéctica de la totalidad”* Trad Adolfo Sánchez Vázquez, México, Grijalbo p.93

³ GUILLEN Parra, Manuel.(2006) *Ética en las organizaciones*, Pearson Educación, Madrid.p.209

⁴CHANTAL, Jean François. (1974) *La multicomplementariedad en el conocimiento y la acción*. Quebec Amérique. Montreal p.12.

Resumen y datos relevantes:

Análisis Univariante:

- **Género:** De las 850 personas encuestadas el 55.2% son hombres y el 44.8% son mujeres
- **Dependencias:** Las personas encuestadas (850) en su mayoría principalmente son de C.C.H. Sur (10%), siguiendo las FES Acatlán e Iztacala (ambas con el 3%), y después la de Dir. Gral. De Servicios Médicos (2%)
- **Edad:** la mayoría son de las edades de “30 a 39” y de “40 a 49” ambos conjuntan el 67.4%
- **Rango salarial:** Las personas encuestadas en su mayoría (el 46%) son de los Rangos salariales 10, 2 y 7 (en proporciones iguales del 15%), después las del Rango salarial 5 (12%),
- **Nivel escolar:** Las personas encuestadas, tienen en su mayoría nivel medio superior, pues tienen preparatoria (el 40%), siguiendo los de secundaria (el 27.5%) y profesional técnico (20.4%)

Sanciones y faltas:

- Las faltas cometidas se clasificaron y se analizó su distribución ordenándola de mayor a menor, resultando que las faltas más frecuentes son: Faltas de Asistencia (35.58%) siguiendo en orden decreciente: las faltas de probidad u honradez (29.09%), la imprudencia (20.52%), la Ebriedad (10.65%), la desobediencia (2.86%), los actos inmorales (0.52%) y la sentencia ejecutoria (0.52%).
- Las sanciones clasificadas más frecuentes son las Rescisiones (50.4%), siguiendo en orden decreciente: las suspensiones (35.6%), las amonestaciones (10.4%) y las de Sin efectos (2.6%).
- De acuerdo a las faltas cometidas en general, las sanciones "sin efectos" en su mayoría ocurrieron en la Dir. Gral. De Personal (el 30%), las sanciones que terminaron en "amonestaciones" ocurrieron en su mayor parte en la D.G.S.G. Departamento de Transportes y en la D.G.S.G. Departamento Vigilancia (ambas con el 12.5%), las faltas que terminaron en "suspensión" ocurrieron en gran parte en la D.G.S.G. Departamento de Transportes (el 13.9%) y finalmente las faltas que se sancionaron con rescisión la mayoría se dio en la D.G.S.G. Departamento de Transportes (el 14.4%).

Análisis Bivariante

- El clima laboral medio y alto con proporciones mayores se concentra más en los rangos de edades de 31 a 45 años de edad, es decir con los trabajadores adultos y adultos jóvenes, lo que indica que existe cierta asociación entre ambas variables.
- El clima laboral medio y alto con proporciones mayores se concentra más en las dependencias: CCH Sur, D. G. E. de Posgrado y Facultad. de Derecho, lo que indica que existe cierta asociación entre ambas variables.
- El clima laboral medio y alto con proporciones mayores se concentra más en los rangos de ingresos: rango 2 (de 3,794.85 a 4,393.30), rango 9 (de 5,607.50 a 6,491.55) y rango 7 (de 5,607.50 a 6,491.55), lo que indica que existe cierta asociación entre ambas variables.
- El clima laboral alto se presenta más en mujeres, y el clima laboral medio se presenta más en hombres, dando una distribución casi igualitaria.
- El clima laboral medio con proporciones mayores se concentra más en trabajadores con nivel preparatoria y secundaria y el clima laboral alto con proporciones mayores se concentra más en trabajadores con preparatoria y licenciatura, lo que indica que existe cierta asociación entre ambas variables.

Relaciones bivariadas:

Por otro lado se realizaron análisis pertinentes para comprobar la posible asociación entre diferentes variables mediante tablas de contingencia (*crosstabs*) aplicando la prueba Chi-cuadrado, se ha comprobado si el clima organizacional, medidas disciplinarias y sanciones presentan relación con variables sociodemográficas, encontrando asociación estadísticamente significativa en varios casos, como se muestra a continuación:

Pruebas de chi-cuadrado de Pearson

			MEDIDAS DISCIPLINARIAS
	Chi-cuadrado p-valor	Significación	Resultado
GÉNERO	0.001	0.001 < 0.05	Se asocian
CATEGORÍA LABORAL	0.000	0.000 < 0.05	Se asocian
RANGO SALARIAL	0.000	0.000 < 0.05	Se asocian
CLIMA ORGANIZACIONAL	0.516	0.516 > 0.05	No hay asociación

Hay diferencias significativas de las medidas disciplinarias entre grupos de hombres y mujeres, entre grupos de trabajadores de diferente categoría laboral y también entre grupos de trabajadores de diferente rango salarial.

Pruebas de chi-cuadrado de Pearson

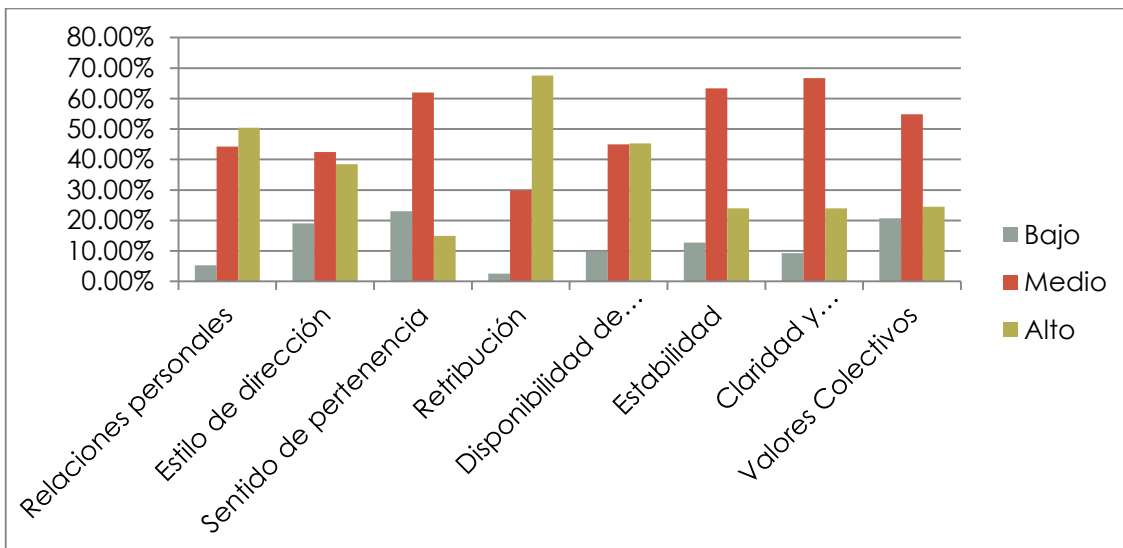
	Chi-cuadrado p-valor	Significación	CAUSAS DE SANCIÓN
			Resultado
GÉNERO	0.168	0.168 > 0.05	No hay asociación
CATEGORÍA LABORAL	0.000	0.001 < 0.05	Se asocian
RANGO SALARIAL	0.000	0.000 < 0.05	Se asocian

Hay diferencias significativas entre los tipos de sanciones entre grupos de trabajadores de diferente categoría laboral y también entre grupos de trabajadores de diferente rango salarial. Mientras que entre grupos de hombres y mujeres no hay diferencias significativas.

Pruebas de chi-cuadrado de Pearson

	Chi-cuadrado p-valor	Significación	CLIMA ORGANIZACIONAL
			Resultado
GÉNERO	0.969	0.969 > 0.05	No hay asociación
CATEGORÍA LABORAL	0.786	0.786 > 0.05	No hay asociación
RANGO SALARIAL	0.808	0.808 > 0.05	No hay asociación

No hay diferencias significativas entre las escalas de clima organizacional grupos entre hombres y mujeres, entre grupos de categorías laborales y entre grupos de rangos salariales.



Conclusiones

La presente investigación buscaba conocer la asociación de la indisciplina en el sector de los trabajadores administrativos de base de la UNAM, que produce fallas en los procesos administrativos al no contar con la colaboración del personal en las funciones asignadas o con errores en las mismas, por lo que la hipótesis discriminante, fue planteada con base en la teoría clásica de la administración con un enfoque endógeno sobre la premisa de revisar la relación que existe entre la organización y sus trabajadores.

Esta revisión se puede hacer de dos formas: uno con un estudio administrativo que revisara organigramas, procesos y estándares, comparándolos con indicadores que permitieran buscar las fallas en la estructura, sin embargo el enfoque que tuvo esta investigación fue perceptual basado en la Teoría del Clima laboral, ya que el clima laboral permite entender cómo percibe el trabajador la estructura, el estilo de dirección y las relaciones personales.

Con esta idea, decidió medir el clima laboral en el sector administrativo de base de la UNAM, pensando que este pudiera explicar si existía una asociación de la indisciplina con la estructura, por lo que la primera hipótesis buscaba establecer si existía alguna relación entre el clima laboral y las medidas disciplinarias concluyendo que no existe asociación significativa entre los dos fenómenos, por lo tanto la explicación de la indisciplina no corresponde a las variables que medimos con el clima laboral.

1. Relaciones interpersonales
2. Estilo de dirección
3. Sentido de pertenencia
4. Retribución
5. Disponibilidad de recursos
6. Estabilidad
7. Claridad y coherencia en la dirección
8. Valores colectivos

Esta conclusión por si misma aporta al conocimiento de este fenómeno ya que existían juicios a priori que hacían pensar que algunos de los aspectos medidos hoy por el cuestionario del clima laboral influían en la indisciplina universitaria, y al concluir que no existe una relación puedo decir que estas causas son exógenas a la organización e intrínsecos a los trabajadores, y la segunda hipótesis buscaba identificar a grupos de trabajadores que tuvieran comportamientos que derivaran en procedimientos disciplinarios, explorando tres variables intrínsecas de los trabajadores su género, su categoría y su rango salarial.

Esta situación produce que durante su jornada de trabajo estén pensando en sus problemas más que en un buen desempeño produciendo desfalcos, accidentes y en el mejor de los casos baja productividad, por lo que la UNAM como empleadora al conocer estas necesidades debe buscar la forma de ayudarlos para maximizar el talento humano y alinearlos a los objetivos institucionales.

Lo que se observó fue que los hombres cometen más actos de indisciplina que las mujeres y que existen categorías que incurren más en causales de procedimientos disciplinarios, siendo estas auxiliares de intendencia que se relaciona preponderantemente con faltas de asistencia, vigilantes con falta de probidad u honradez, oficial de transporte con ebriedad e imprudencia y jefes de servicio con desobediencia y actos inmorales.

En el caso del rango salarial correspondían a estos mismos ya que las categorías son parte de los rangos, sin embargo al relacionar las causales con las sanciones observe que los Auxiliares de intendencia que mayoritariamente tienen la causal faltas de asistencia su sanción es la rescisión de su contrato, en el caso de los vigilantes su causal mayor es falta de probidad u honradez y la sanción es la suspensión, con los oficiales de transportes la causal más repetida es ebriedad e imprudencia con la sanción de amonestación, el jefe de servicios su causal es con desobediencia y actos inmorales que generalmente se sanciona con la amonestación.

Las cuatro categorías son las que más incidencias de indisciplina tuvieron siendo los Auxiliares de intendencia 27%, los Vigilantes 17%, oficial de transporte 12%, jefes de servicios 5% y en conjunto son el 61% de los casos de indisciplina quedando el otro 39% entre las otras de las 116 categorías con que cuenta la UNAM para el caso de los administrativos de base.

Estas categorías representan el reto para la administración de recursos humanos y el departamento de relaciones laborales por representar la mayoría de los casos y estar concentrados en 4 categorías, las cuales tienen características similares al interior de cada categoría.

En el caso de los auxiliares de intendencia llama la atención que su media de edad es la más baja 34 años de los rangos salariales y su media de educación es de 2 años de educación media, lo que podría estar generando un problema ya que el trabajo no cumple con la expectativa del trabajador, quien no ve en el puesto y en sus posibilidades de desarrollo de plan de vida, por lo que se podría pensar que esto explica su comportamiento de incurrir en faltas de asistencia.

La media de la categoría vigilantes en edad es de 44 años y su educación es la misma que los auxiliares de intendencia, al parecer son intendentes que

escalafonaron y ocupan esta categoría, al parecer su dinámica de trabajo es la que produce que incurran en faltas de probidad u honradez.

Los oficiales de transportes tienen una media de edad y estudios muy similar a la de los vigilantes, esta categoría está en casi todas las dependencias, sin embargo se concentran las incidencias en la Dirección General de Servicios Generales en el departamento de transportes en especial el programa puma bus, este servicio que presta la universidad es muy intenso y presenta una dinámica de trabajo que podría ser la causa de estas incidencias de indisciplina.

Analizando sus cédulas de puesto en la parte de requisitos de ingreso en estas tres categorías su factor común es la baja exigencia académica y brindan apoyo a la administración con actividades monótonas, reiterativas que requieren supervisión constante.

En el caso de los jefes de servicios es el nombramiento que organiza el trabajo de los vigilantes e auxiliares de intendencia, cargo que requiere ejercer un liderazgo y conocimientos de dirección que puede explicar su comportamiento.

En la tercera hipótesis busco si existe diferencia en la aplicación de las sanciones. Ya se había encontrado que los hombres incurrían más en causales de sanción que las mujeres, sin embargo en el momento de la sanción no existe diferencia significativa en la sanción aplicada por género, para el caso del análisis por categoría encontré que los auxiliares de intendencia que se relacionaban con faltas de asistencia son los más severamente sancionados al presentar la más alta incidencia en rescisiones a pesar que las otras causales se consideran graves de acuerdo a la Ley Federal del Trabajo y el Contrato Colectivo Vigente, esto se puede explicar, ya que las oficinas jurídicas quienes llevan a cabo el procedimiento administrativo que busca sancionar al trabajador, emiten una opinión jurídica en función de la integración de un expediente que cumpla con la normatividad procesal y que las pruebas aportadas sean suficientes ante la posibilidad de una demanda en la Junta de Conciliación y Arbitraje, por parte del trabajador sea ganada por la universidad, la integración del expediente en el caso de las pruebas presentan gran dificultad para comprobar la presunción de robo, ebriedad, amago, actos violentos y otros, caso distinto para las faltas ya que la omisión del registro de asistencia en la tarjeta es suficiente prueba de su presunción, siendo esto un aspecto que la administración de recursos humanos debe prestar atención ya que el criterio debe basarse en un principio objetivo y progresivo, entendiéndose este primero como que la sanción debe buscar corregir el comportamiento no deseado, para lograr esto deben cumplirse que en una escala lógica se establezca la relación causa-efecto y la con la imparcialidad garantizar que a una misma falta tendrán la misma sanción.

El principio progresivo debe ponderar entre la gravedad de la causal y su reincidencia para establecer una escala lógica que permita al trabajador comprender y en su caso asumir la consecuencia de sus actos produciendo dentro de la cultura organizacional la idea de causa-efecto lógico y con ello adquirir la legitimidad de las sanciones.

Por estas razones se considera necesario hacer una revisión integral del Reglamento Interior de Trabajo (en el cual se estipulan las causales e incorporar las sanciones en este orden progresivo y lógico) y las cédulas de descripción de puestos (revisando los requerimientos académicos y las características necesarias para cubrir el puesto así como la obligación de una constante capacitación), para armonizándolos con los manuales de procedimientos, con la finalidad que los empleados cuenten con la normatividad adecuada a la realidad y sepan lo que la universidad espera de ellos especificando las sanciones a las que pueden incurrir de no cumplir con su compromiso.

Se estableció que la relación entre el clima laboral y las dependencias no se relacionaban significativamente, sin embargo cuando revisamos la tabla de incidencias se percibe que se centran en cuatro dependencias las cuales dependen de la asesoría de las oficinas jurídicas de lo que llaman sector central situación que por sí misma no tiene una explicación pero podría buscar armonizarse con una política que unifique los criterios entre las entidades académicas y las de servicio, ya que si bien es cierto que las pruebas de chi-cuadrado demostraron que no existía relación entre las medidas disciplinarias de las dependencias y el clima laboral también la medición del clima laboral demostró que perciben igual el clima laboral los trabajadores de dependencias académicas y las de servicio, esto visto de otra forma es que si los trabajadores son iguales las medidas disciplinarias también deberían ser iguales entre dependencias administrativas y académicas.

Por último la hipótesis cuatro buscaba una explicación en los niveles de calificación del clima laboral, en el comportamiento de los trabajadores, pero como ya demostramos en la primera hipótesis no existía relación entre las causas de las medidas disciplinarias y la medición promedio del clima laboral, en esta hipótesis se puede explicar ya que los trabajadores administrativos de base de la UNAM perciben el clima laboral y niveles de manera muy similar ubicándose la mayoría en el nivel promedio sin importar su género, edad, categoría, rango salarial, dependencia y grado de estudios.

Este resultado en lo personal me es muy sorprendente ya que la universidad cuenta con dependencias en la mayoría de los estados que por sí misma esta lejanía geográfica podría pensarse que influiría en crear su propia percepción y

los resultados nos demuestran que existe un punto de encuentro que unifica una visión de la relación laboral.

La única explicación que se encuentra para estos resultados es que existe una eficiente y eficaz influencia del sindicato en la percepción de los trabajadores sobre los aspectos que mide el clima laboral.

Como pudimos observar en las teorías de las Relaciones Laborales es sano para una organización que exista un equilibrio entre la relación de la administración tanto con el sindicato como con sus trabajadores, siendo esta última la más débil ya que a pesar del prestigio de la universidad su sentido de pertenencia presenta niveles bajos, lo que se podría entender que ven a la universidad con orgullo pero en función laboral la ven como una empresa.

También destaca que en la percepción de los trabajadores los niveles más altos están en su percepción de retribución que se traduce en la satisfacción entre lo que hacen contra lo que perciben salarialmente aunado a sus beneficios contractuales.

Estos elementos de acuerdo a la teoría de las Relaciones Laborales cuando existe una buena relación con el sindicato el funcionamiento es bueno pero existe el riesgo de deteriorar esta relación no se presenten problemas de funcionamiento. Lo más sano para la organización es que exista un equilibrio entre la percepción del trabajador, fortaleciendo el sentido de pertenencia y relacionando en la cultura organizacional que la percepción de buena retribución es producto de un esfuerzo de ambos tanto del sindicato como de la administración.

Recomendaciones:

1. Realizar e implantar un curso de inducción para los trabajadores de nuevo ingreso aumenten su sentido de pertenencia que presento los niveles más bajos, destacando que su labor, coadyuva con una gran institución.
2. Reforzar un programa de estímulos no económicos relacionados con su desempeño excepcional, como lo es el “Premio Luis Padilla” acompañado de una estrategia de comunicación institucional que difunda valores colectivos que también presentaron un nivel bajo.
3. Homogenizar los criterios de aplicación de la disciplina entre las unidades jurídicas del sector central y las de apoyo a centros, escuelas, institutos y facultades que presentaron diferencias en sus criterios.
4. Elaborar políticas disciplinarias que permitan insertar entre los trabajadores una escala lógica a través de una matriz objetiva y progresiva que pondere la gravedad y la recurrencia de las faltas.

5. Ya que el sindicato tiene una influencia significativa sobre los trabajadores sería conveniente negociarla y pactarla con ellos.
6. En el caso de las categorías que encontramos que tenían alta incidencia elaborar estrategias adecuadas para corregir estas conductas.
7. En el caso de los auxiliares de ayudarlos a elaborar un plan de carrera que les permita continuar con sus estudios y encontrar una salida paralela al escalafón cerrado que les permita otras alternativas a los que tienen alto nivel de estudios.
8. En el caso de los vigilantes cursos de capacitación que vincule su compromiso laboral y la responsabilidad con la comunidad.
9. Para los Oficiales de trasporte aumentar la supervisión ya que la incidencia más grande es imprudencia relacionada o derivada por ebriedad, estos casos se concentran en la Dirección de Transportes por lo que allí se podría iniciar un programa de alcoholímetro o algo similar, además de un programa que les ayude a librarse de esta enfermedad.
10. Finalmente en los jefes de servicios se recomiendan cursos de liderazgo y dirección que les permita relacionarse más eficazmente tanto con sus subordinados como con sus jefes y poder organizar mejor el trabajo.

CATEGORIZACIÓN DEL PERFIL Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN ZIHUATANEJO, GRO.

Marlene Miralrío López, José Carlos Martínez Vázquez y Esteban Martínez Díaz y
Dr (Instituto Tecnológico de la Costa Grande y UNADM, México)

Resumen

El análisis del perfil del turista consiste en definir el contorno de la demanda, lo que depende tanto de factores intrínsecos como extrínsecos: Motivos de viaje, tipología y características de su estancia, así como también el conocer cuáles son las actividades, espacios o lugares que se pueden adaptar o mejorar, para que sean acordes con las condiciones sociodemográficas de los visitantes. Se presenta una investigación transeccional que pertenece a un tiempo único e incorpora datos de turistas que visitaron Zihuatanejo, Gro, durante el periodo vacacional del 22 de marzo al 4 de abril de 2016; se empleó un cuestionario que respondieron 276 personas a quienes se les cuestionó respecto a tres categorías: 1.- Motivos de viaje y perfil general del viajero; 2.- Prácticas de adquisición de servicios durante el viaje y; 3.- Satisfacción general del usuario turístico.

Los resultados indicaron que los turistas provienen principalmente de los Estados de Michoacán y Guanajuato; la estancia promedio es de 1 a 3 días; se viaja en familia con fines recreativos y se involucran principalmente en actividades al aire libre; el hotel en el que se hospedaron está en el intervalo que va de una a tres estrellas; se consideraron satisfechos en general con los servicios de alojamiento y de alimentación; el principal medio de transporte que usaron para llegar a este destino, fue el terrestre y lo pagaron con anticipación mínima de 1 mes; la edad de los viajeros está en el segmento comprendido de 20 a 70 años de edad.

Palabras clave: Turista, destino, viaje, servicios, perfil

Stimulus adjustments in Fiscal and Administrative Facilities for diesel consuming transportations.

Abstract

Tourists' profile analysis consists in defining the main characteristics of the demand based on extrinsic and intrinsic factors such as: trip purposes, typology and details about the accommodation details. As well as activities and all the spaces or places that can be adapted to make a more pleasant staying to meet the traveler's requirements about the sociodemographic conditions. A

transactional study has been made. The study gathers information about the tourists who visited Zihuatanejo, Guerrero during the spring break season (March 22h / April 4th 2016). A survey was also applied who was taken by 276 people who were asked about three main categories: 1) Trip purposes; 2) Most frequently used services and 3) Tourist expectations and satisfaction.

Results showed that most tourists come from the States of Michoacán and Guanajuato. Average length of stay: one to three days. Most tourist travel along with their families and recreative and outdoor activities are very popular among this population. Hotel ratings used by tourists was from one to three stars. Most of them were highly satisfied with food and drink services. Ground transportation was one of the most popular services used by them. The average age was around 20 to 70 years old.

Keywords: Tourist, destination, travel, services, profile

Introducción

El turismo es una actividad que es cada vez más significativa en el crecimiento y desarrollo a nivel nacional; al interior de este trabajo se hará referencia a la temática de valoración del perfil y de la percepción que tienen los turistas sobre un destino turístico, en específico acerca de Zihuatanejo Gro, lugar donde la actividad económica principal es la de servicios y en particular todo lo que esté orientado a lograr que las vacaciones de los turistas correspondan a las especificaciones que tuvieron al momento de decidir el tomar rumbo temporal hacia este lugar; se dispone de casas de huéspedes y de hoteles que se categorizan de 1 a 4 estrellas; las playas son sus principales atractivos; hay transporte urbano colectivo y agrupaciones de taxistas; existen tiendas de conveniencia; la ocupación hotelera es variable, ya que se encuentra en un intervalo que oscila entre el 30 al 80%, repuntando este índice sobre todo en fines de semana, vacaciones escolares y en fines de semana largos; es considerado un destino familiar.

Una sustancial intención de este trabajo, es tipificar cuáles son las condiciones que caracterizan a los turistas que visitaron Zihuatanejo, Gro durante el periodo vacacional de primavera 2016; también se pretende conocer cuál es la percepción que ellos mismos tienen acerca de este destino turístico. Es innegable el hecho de que existe multiplicad de elementos que intervienen y que determinan los componentes de la demanda en un destino, lo cual pudiera ser hasta complejo para agrupar a los turistas en segmentos comunes entre ellos, ya que estamos

hablando de tópicos tales como: estilo de vida, motivos por los cuales viajan e ingresos económicos, principalmente.

El diseño de estrategias de mercadotecnia que sean funcionales, efectivas y eficientes, debieran ser aquellas que comiencen con la especificación, delimitación, ubicación y tipificación de las cualidades significativas y distintivas que integran a los diferentes públicos que conforman el mercado de usuarios; tradicional e históricamente en Zihuatanejo Gro, los prestadores de servicios turísticos, de manera empírica (dadas las condiciones ambientales y del entorno en el cual se ubica como Puerto), se han encaminado en el trabajo de lo que se denomina enfoque u orientación hacia el servicio, focalizando los esfuerzos prioritariamente en la oferta, dejando a un lado la necesidad manifiesta de los turistas, quienes son el elemento esencial que conforman en mayor medida la razón de ser la localidad para el incremento de los ingresos, para la mejoría de la competitividad como destino y para beneficiar a la población que depende directa e indirectamente del turismo.

Con esta investigación se tiene el propósito de dimensionar el enfoque hacia la percepción de los turistas para que con los datos obtenidos se puedan diseñar servicios orientados a lo que el cliente necesita y que esté en condiciones de pagar; así es que se parte de la base de que no se debiera plantear una oferta turística, sin antes haber identificado las peculiaridades del mercado al cual se está atendiendo, para que finalmente se puedan crear preferentemente servicios a la medida que se focalicen hacia la mayor proporción de los usuarios y lograr dinamizar este lugar, el cual se sustenta en la gestión y desarrollo de actividades económicas relacionadas con el turismo.

Se toma en consideración como universo el número de hospederías que forman parte de la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Zihuatanejo A.C.; según información proporcionada, está integrada por 36 hoteles cuyo rango de categorías oscila de 1 a 4 estrellas; con una disponibilidad en su conjunto de: 703 cuartos, con servicios generales de aire acondicionado, ventilador, televisión en habitación; 22 de dichas hospederías cuentan con alberca; en otros más se dispone de estacionamiento y servicio acorde a la naturaleza de clasificación. Están ubicados sobre playa, cerca de playa y en el centro.

Este estudio es relevante porque Zihuatanejo Gro, centra su actividad principal en la prestación de servicios y debe ser punta de lanza el valorar cuáles son los hábitos de consumo y el perfil de los turistas, para que con esto se permita establecer cuál es la percepción que tienen en lo conducente a lo que se les vende como usuarios y estar en condiciones de suponer si ellos pudieran recomendar este Puerto e inclusive si se tendría la posibilidad de contar con su fidelidad para

que continúen desplazándose hasta este lugar; también se espera poder conocer cuáles son las peculiaridades de consumo durante su estancia así como verificar la opinión que tienen en lo conducente a lo recibido en los servicios; sin lugar a dudas todo esto en su conjunto, da la pauta para disponer de un instrumento que si bien no es la panacea para el mejoramiento de la competitividad como destino, sí se convierte en una herramienta que podría coadyuvar a que con la información obtenida, se puedan centrar y/o mejorar sustancialmente las condiciones de oferta de servicios turísticos en Zihuatanejo, Gro con orientación hacia el usuario.

El problema de estudio está enmarcado de la siguiente forma: Cuáles son las características que integran el perfil del turista que visita Zihuatanejo, Gro y qué opinión tienen hacia este destino turístico; esto se ha planteado así para que con lo obtenido se permita que por parte tanto de prestadores de servicios turísticos, como de dependencias del Gobierno Municipal (específicamente en el ámbito de turismo), diseñen estrategias que tengan que ver con la alineación hacia el incremento de la competitividad del destino y que de esta forma se permita la inserción de diferentes mecanismos en lo conducente: programas, proyectos, estructuras, campañas de promoción o de publicidad, para fijar componentes que estén orientados directamente a solidificar e inclusive ampliar el posicionamiento favorable de este lugar ante el mercado meta al cual se dirigen los servicios. Sin lugar a dudas un aspecto relevante de esta información radica en que al disponer de una perspectiva de evaluación del servicio, se tomará en cuenta que los usuarios cada vez son más exigentes: no sólo buscan precio y calidad, sino un trato adecuado y atención personalizada; si se les atiende inadecuadamente, es muy probable que se incremente la cantidad de quejas y que ellos mismos den a conocer a otros usuarios potenciales o reales lo que consideren como una mala experiencia, propiciando tal vez que exista la posibilidad de que no regresen a vacacionar a Zihuatanejo Gro, perdiéndose clientes por insatisfacción, lo cual debe ser altamente preocupante, sobre todo porque la economía en este lugar de playa, depende en gran medida del turismo. Este trabajo se integra por tres apartados que dan soporte a los cuestionamientos que se manejan en el instrumento de investigación: 1.- motivos de viaje y perfil general del viajero; 2.- prácticas de adquisición de servicios durante el viaje y, 3.- satisfacción general del usuario turístico.

JUSTIFICACIÓN

La necesidad de realizar esta investigación surge prioritariamente para conocer cuáles son las características que integran a los turistas que visitan en una

temporada alta del año, como lo es el periodo de semana santa 2016 o vacaciones de primavera; esto representa sin lugar a dudas el poder disponer de elementos que coadyuven a diseñar estrategias de mercado en función de las especificaciones de lo que requieren los clientes acerca de los servicios turísticos que se ofrecen en forma global.

Cada vez el mercado turístico es más selectivo y exigente, por lo que se podrían bosquejar (en la medida de lo posible), servicios acorde a los diferentes segmentos tomando como parámetro de inicio el conocer al turista para comprender qué es lo que requiere o necesita. Al propiciar que se mantenga satisfecho al usuario turístico, esto podría ser detonante para que recomiende este lugar, además de que regrese en posteriores vacaciones o periodos de asueto, lo cual sería altamente benéfico, creando la fidelidad y preferencia, favoreciendo en forma directa el incremento de ingresos que se reflejarían a partir de la elevación de la derrama económica, siendo esto altamente motivante, sobre todo para los diferentes prestadores de servicios turísticos que radican en este Puerto. La indagación de la caracterización que integra el perfil del turista que en este estudio está enfocado a quienes nos visitan y se hospedan en hoteles de Zihuatanejo Gro, es conveniente porque sirve para que los prestadores de servicios turísticos en la localidad tengan conocimiento acerca de cuáles son los hábitos de consumo, las preferencias y disposiciones del turista durante su estancia en este lugar.

La investigación tiene una relevancia social porque coadyuva al reforzar la regulación de las gestiones en materia turística de las instancias gubernamentales en el nivel municipal y estatal, en forma detonante, ya que al contar con datos derivados de un estudio de esta naturaleza, se puede propiciar la definición y proyección de la implementación de políticas, de acciones y de estrategias a fin de adecuar los servicios en torno a las dimensiones de la demanda turística y hacer frente a las necesidades de uso de los servicios; se analiza, por ende, la especificación del perfil y el nivel de satisfacción que los turistas perciban en relación con su estancia temporal durante el periodo vacacional de primavera 2016. De este modo, el disponer de una aproximación del perfil del turista, enfocado en los hábitos de consumo, así como en la evaluación de la percepción que tienen al momento de disponer del acceso a servicios turísticos, favorecerá a diferentes sectores de la sociedad: restauranteros, hoteleros, agentes de viajes, personas dedicadas al rubro de deportes acuáticos e inclusive a quienes tienen actividad económica diferente y que se benefician de manera indirecta con la llegada de turismo, siendo ellos propietarios y/o trabajadores en negociaciones variadas: mercados, farmacias,

abarrotes, entre otros; habría la posibilidad de que se planteen propuestas enfocadas a lo que los visitantes requieren durante su estancia y que se analicen los componentes que se pueden fortalecer y/o mejorar para incrementar la posibilidad de lograr la consolidación como destino turístico y que se pueda visualizar la potencial existencia a futuro de visitantes repetidores o de la presencia de nuevos; la investigación está enfocada a Zihuatanejo, Gro y no a Ixtapa (no obstante que se comercializan como un dos en uno con el slogan: un viaje, dos paraísos); se decidió esta delimitación, debido a que en Ixtapa están ubicados hoteles de 4, 5 estrellas o Gran Turismo (en las zonas hoteleras I y II) y el concepto que se tiene como destino turístico está orientado a la clase media y media alta, lo cual ya está prácticamente predeterminado.

Una de las principales implicaciones prácticas que da soporte a esta investigación es que será un componente que favorecerá el reforzamiento tanto de la promoción como la comercialización de servicios turísticos orientada hacia la tendencia de lograr satisfacer las expectativas, necesidades, enfoques y gustos de los turistas para que con esto, se contribuya a la solidificación del posicionamiento y clarificación en la gestión de este destino turístico para hacer frente a los desafíos de la competencia, valorizando la identificación de oportunidades del mercado y minimizando los efectos adversos de las amenazas del entorno.

OBJETIVOS

General

Diseñar un estudio que represente el análisis y diagnóstico del perfil del turista, así como la percepción acerca del servicio recibido en las negociaciones turísticas, durante su estancia temporal en Zihuatanejo, Gro en el periodo vacacional de primavera 2016.

Específicos

- Establecer cuáles son los motivos principales de viaje que orientan a los turistas a visitar Zihuatanejo, Gro.
- Determinar cuál es la percepción del nivel de evaluación de los servicios contratados o arrendados en el periodo de estancia de los turistas en este destino de playa.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo es una actividad detonante en la operatividad de Zihuatanejo Gro, siendo un lugar que de manera empírica ha ofrecido servicios basados principalmente en la oferta y en la capacidad instalada de las negociaciones

locales, sin considerar de manera formal el enfoque orientado a las necesidades del turista que nos visita en diferentes épocas del año; esto ha ocasionado que se atienda al visitante no en términos de sus expectativas sino conforme a lo que solicita ya durante su estancia; en este destino no existe formalmente información acerca del perfil del turista ni de la percepción que tiene respecto a los servicios turísticos que se comercializan.

Las condiciones adversas en cuanto a disminución significativa respecto a la generación de recursos económicos derivados del turismo, ya se resiente significativamente entre los lugareños, lo cual se ha manifestado sobre todo a partir de la última década por diversos factores del entorno (sociales, políticos, económicos, de inseguridad, etcétera); no obstante, no han dejado de llegar turistas, aunque no en la magnitud que se precisa para generar el dinamismo de la localidad; por ende, se requiere de un análisis en lo conducente, el cual muestre formalmente cuáles son los elementos distintivos del turista, quiénes son y qué les caracteriza, esto con la finalidad que de manera estratégica, táctica y operativa se puedan diseñar esquemas, los cuales mediante la promoción y publicidad, se enfoquen a satisfacer las necesidades de los diferentes segmentos de mercado y esto estaría sustentado en la percepción de la opinión de los turistas respecto a mecanismos esenciales relacionados directamente con los servicios turísticos que han recibido en este Puerto; con esto se busca que se tomen acciones para la mejoría de la calidad de los servicios en el sector del turismo y beneficiar así a la población que depende en gran medida de este tipo de actividades; derivado de este planteamiento, se procede a generar los siguientes cuestionamientos:

¿Cuáles son las características de los turistas que visitaron Zihuatanejo, Gro durante el periodo vacacional de semana santa 2016?

¿Qué fortalezas se tienen al ofertar los servicios turísticos en este destino de playa?

¿Cuáles son los aspectos a mejorar en lo conducente a los servicios turísticos que se ponen a disposición del turista que visita Zihuatanejo, Gro?

Emanado de lo que ya se ha manifestado en esta sección, es que se puede decir que se requiere que a partir de la identificación del perfil y de la evaluación de la satisfacción del turista, se genere el diseño de estrategias de posicionamiento amplias, claras y delimitadas en un primer momento enfocadas hacia el tipo de usuarios que se tienen actualmente, considerando los segmentos de mercados existentes, que orienten a la toma de decisiones a corto, mediano y largo plazo en este destino de playa para impulsar la actividad turística y la competitividad del destino.

MARCO TEÓRICO

Para llevar a cabo la presente investigación, se toman en cuenta aspectos relacionadas con la temática de la misma, así es que de conformidad con Kotler (2006), la satisfacción del cliente es el nivel de estado de ánimo que resulta de comparar el rendimiento de percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

Elementos que integran la satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente está integrada por los componentes siguientes: a).- El rendimiento percibido, aplica al desempeño, en lo conducente a la entrega de valor que el cliente contempla que ha obtenido, esto es, contempla el resultado que considera en función de lo que obtuvo y son sus percepciones, no necesariamente la realidad tal cual es; b).- Las expectativas, las cuales son las condiciones que el cliente tiene como necesidades y se enlazan por las promesas que las empresas manifiestan al momento de solicitar la compra de un servicio, por las opiniones de otras personas, por los resultados de las adquisiciones previas o anteriores; c).- Los índices de satisfacción, los cuales están soportados por la insatisfacción (cuando el desempeño del servicio, no concuerda con las expectativas del cliente), por la satisfacción (en el momento en que se muestra equivalencia del desempeño con las expectativas del cliente o usuario) o por la complacencia (aparece cuando el desempeño supera las expectativas del cliente). La Organización Mundial del Turismo (2006), ha indicado que la especificación de un destino turístico es una unidad fundamental y básica para el análisis en el ámbito del turismo y hay al menos tres componentes que permiten deliberar la función de mismo: 1.- El ámbito geográfico, el cual es el espacio territorial con límites que pertenecen al espacio en el cual se desplaza el turista durante un determinado periodo de tiempo; 2.- El valor económico, el cual hace referencia al lugar o lugares en los cuales desembolsa cantidades de dinero para hacer frente a cubrir las necesidades en el ámbito turístico y que representa aportación sustancial que define y delimita la derrama económica generada por el turismo en este espacio particular y, 3.-psicográfica, lo cual en términos coloquiales indica el por qué o los motivos que llevaron a los turistas a tomar una decisión en particular para desplazarse a un determinado lugar en forma temporal. Se pueden encontrar múltiples ventajas de realizar la medición de la satisfacción del cliente, resaltando principalmente para un destino turístico: En primer lugar se puede hacer a un lado a la competencia y éste se posiciona en un nivel competitivo en relación con quien ofrece un servicio similar; en un segundo

momento, un cliente o usuario satisfecho, tiende a regresar al destino al cual ya acudió previamente, estaremos ante el caso de fidelidad del usuario y por ende que se convierte en cliente repetitivo; en un tercer término, derivado de la lealtad que a que se hace referencia, el usuario o cliente satisfecho da a conocer a otros las experiencias vividas y que son positivas, por lo que se genera la mejor publicidad: de boca en boca y esto permea principalmente a: familiares, amigos, conocidos y se multiplica exponencialmente esta promoción y difusión de la oferta turística del destino en particular.

Perspectiva conceptual de servicio turístico

Un servicio turístico considera el “empaquetar” aspectos turísticos para poder llegar adecuadamente al turista. Según lo establece Muñoz (1994): En turismo, el bien que crean las empresas no es material, sino que es un servicio, con excepción del souvenir que es el único bien que se podría catalogar de naturaleza turística. De acuerdo con Acerenza (2001): Un servicio turístico, es un conjunto de prestaciones materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o expectativas de los clientes o usuarios; este servicio está caracterizado por disponer de atractivos, de acceso y facilidades y con esto se hace un despliegue de recursos turísticos, de servicios y empresas turísticas y de infraestructura, para dar lugar a un sistema turístico y definir así la demanda, caracterizada por las necesidades emocionales y físicas de los turistas, que enmarcan los atractivos, los cuales representan los principales motivadores y que regulan la esencia del flujo y secuencia turística en su conjunto, por las instalaciones o espacios de establecimientos diseñados y orientados especialmente para generar el servicio de atención al turista en el sector terciario., para denotar la infraestructura que dimensiona servicios internos (como costos fijos predeterminados) y externos (como podrían ser: caminos, puentes, aeropuertos, carreteras), etc. La Organización Mundial del Turismo (2003) define el servicio o producto turístico como el conjunto de bienes y servicios que son empleados para el consumo turístico por un grupo determinado de consumidores. Las definiciones de servicios turísticos tradicionales marcan la pauta en una detonante necesidad de redefinirlos, ya que de conformidad con Ávila y Barrado (2005), notifican que el denominado turismo tradicional muestra desequilibrios, derivado de su adaptación a las condiciones socioeconómicas y a una demanda cambiante en evolución, haciendo falta diferenciación en espacio territorial, en tiempo y en forma y los destinos turísticos deben estar acordes a las nuevas necesidades de los turistas en forma específica.

Enfoque del perfil sociodemográfico del turista

Este indicador se orienta a la descripción de las condiciones de tipo personal y social que caracteriza a los individuos que visitan un lugar en un tiempo y espacio determinados; ciertos atributos, cualidades o características que engloban este aspecto, se refieren por ejemplo a: edad, género, ocupación o actividad laboral de las personas a las cuales se aborde para realizar el cuestionamiento en lo conducente, con estos componentes, se puede hacer inferencia en relación al nivel estimado de ingreso y por ende, a la posibilidad de que desembolsen en servicios turísticos y que tengan por ende la capacidad y el poder adquisitivo líquido así como fluido para poder tomar la decisión de vacacionar en un lugar en particular.

Perfil del turista

Los segmentos de mercados en el ámbito turístico están integrados por personas que pueden tener similitudes y diferencias en las modalidades de viaje y tal es así que existen diferentes motivos de viaje, lugares de procedencia, edad, género, actividad laboral u ocupación y esta variación y a veces amplitud compleja de aspectos a determinar, son los que representan el perfil del turista; para Kotler (2003), un perfil puede ser analizado y valorizado desde la óptica valorativa de diferentes tipos de segmentaciones de mercados, esto es lo que se tipifica a continuación:

1.- *Geográfica*.- Se aplica a la localización o ubicación física en el ámbito territorial de los turistas, en identificable, medible y mesurable, pudiendo hacer conjeturas en virtud del tiempo de desplazamiento a través de los diferentes medios y vías de comunicación aplicables.

2.- *Demográfica*.- Esta categoría de análisis tiene relación directa con la demanda y pueden ser comunes a la generalidad, es decir, todos los seres humanos tenemos: edad, género determinado; además de que se puede identificar los intervalos de ingresos y escolaridad.

3.- *Psicográfica*, en este elemento se hace referencia al estudio que corresponde a variables relacionadas con sentimientos, pensamientos, con énfasis en valores, tipología del estilo de vida y personalidad, prioritariamente.

4.- *Comportamiento*, en este tópico como tal denota los aspectos comportamentales en relación con el servicio turístico y valora la frecuencia de uso de un servicio, así como por ejemplo también los beneficios que espera recibir acerca de un producto o servicio turístico en particular. Se requiere conocer lo que el cliente potencial y real requiere, ya que como lo establece Schiffman (2001): el multiculturalismo genera la variedad en el comportamiento del

consumidor; de igual modo, indica Sandhusen (2002) que un cliente es un individuo, independientemente del rol que desempeñe, de allí que la importancia de identificar, entender, predecir, gestionar o incluso adelantarse a valorar las necesidades, requerimientos y deseos de los usuarios, independientemente de las variables diversas que les separen entre sí; se trata de identificar el soporte actual de clientes y conocer de dónde provienen y orientar el enfoque gerencial para la toma de decisiones; el perfil demográfico del consumidor implica que se puede describir en términos de características físicas, económicas o sociales; el perfil psicográfico da el enfoque para delimitar el estilo de vida (inversión de su tiempo), creencias, actitudes, valores.

Comportamiento y conceptualización del turista

Tradicional e históricamente, las empresas se dedicaban básicamente a crear necesidades y comercializarlas entre los consumidores, considerando que estos no tenían injerencia en la toma de decisiones de lo que compraban; conforme han ido evolucionando las sociedades y por ende el consumo, se requiere analizar el comportamiento del ser humano ante las diferentes necesidades. El comportamiento del consumidor, según Hawkins, Best y Coney (2008), es el estudio de personas, grupos u organizaciones, así como los procesos que llevan a cabo para elegir, obtener, usar y disponer de productos, servicios, ideas o experiencias y los impactos que esto tiene en el consumidor; este tópico hace referencia respecto a las condiciones o conducta de compra de los usuarios respecto a los bienes o servicios que adquieren durante la estancia en un lugar determinado; Cooper (2001) sostiene que hay una clasificación de los turistas que pueden categorizarse en los ámbitos siguientes: a).- El explorador, éste tiene como peculiaridad que procura buscar por cuenta propia el destino de sus viajes, aunque esto implica que sí procura que la alimentación y el hospedaje tengan ciertos aspectos de seguridad, que sean confortables; cambia constantemente de lugar, pero en algunas ocasiones por ser tan impredecible, puede regresar a zonas o espacios que ya visitó previamente; el turista social y organizado es quien no tiene mucho acercamiento a la cultura y valores de la zona en la que estará temporalmente; c).- El impulsivo, es el turista quien no se enfoca con el ámbito turístico, cambia constantemente de lugar para vacacionar, no planea sus viajes ni tiene un itinerario. La palabra turista tiene origen en Inglaterra, derivado de la palabra *tour* (viaje); también se dio en un momento determinado la existencia de la palabra en inglés: *turn* (girar); de conformidad con la Ley Federal del Turismo (1992), se conceptualiza al turista como la persona que viaja temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilice alguno de

los servicios turísticos a que se refiere dicha Ley; de acuerdo con González (1999), los turistas son los visitantes temporales de un destino turístico, que no habitan o residen en las inmediaciones del mismo y que muestran la finalidad de hacer uso temporal de los recursos de la localidad, así como disfrutar durante un tiempo determinado para que al cabo de dicha estancia, retornen a su lugar habitual en el cual llevan a cabo la vida de manera cotidiana. Los beneficios de realizar un análisis del comportamiento, son: generar un mayor conocimiento de las necesidades del turista, disponer de información de las características de consumo, diseñar estrategias y evaluar la efectividad de las decisiones tomadas.

METODOLOGÍA

Diseño y tipo de investigación

Esta investigación es de tipo descriptivo, en virtud de que permite mostrar el problema de estudio relativo a cuál es la tipificación del perfil y qué aspectos identifican la percepción que tienen los turistas en relación con su estancia en Zihuatanejo Gro, como destino vacacional; este trabajo se caracteriza por ser de diseño no experimental, debido a que contempló la opinión con datos que corresponden a lo existente en cuanto a la percepción de viajeros que se alojaron temporalmente en este lugar; es también transversal, dado que la recolección de información se llevó a cabo durante un momento único y en un tiempo específico: el periodo correspondiente a las vacaciones de primavera o la denominada Semana Santa 2016, época estacional que es tipificada como temporada alta.

Universo de estudio

En esta investigación se aplicó como universo a la totalidad de personas que contrataron los servicios de hospedaje durante el periodo de semana santa 2016 comprendido del 22 de marzo al 4 de abril de 2016; para obtener este dato, se recurrió a las hospederías que integran la Asociación de Hoteles y Moteles de Zihuatanejo A.C para conocer cuántas ocupaciones de habitaciones tuvieron durante esta época y en conjunto, esta información equivale a 1953 personas que son las que se registraron en los hoteles y son sobre quienes se trabajó para delimitar la estructuración de aplicación del trabajo de campo.

Muestra

El diseño muestral utilizado fue el muestreo probabilístico y la muestra está integrada por una proporción de turistas que reservaron habitación en alguno de los establecimientos de la Asociación de Hoteles y Moteles de Zihuatanejo, A.C.

Procedimiento para determinar el tamaño de muestra

Teniendo información de que la población es finita para el caso de esta investigación, se procede a determinar la muestra en términos de lo que se especifica a continuación:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{(N - 1) E^2 + Z^2 * P * Q}$$

Datos para la aplicación de la fórmula de muestreo:

Z= Es el intervalo de confianza: 95%, le corresponde un valor de 1.96;

P= Es la proporción poblacional esperada, para este caso: P = 50% = 0.5 (probabilidad de éxito);

Q = Constituye la probabilidad poblacional no esperada. Q = 1 - P; Q = 1 - 0.5 (probabilidad de fracaso)

N = Es la población total o universo

E= Error muestral = 5%

n= Tamaño de la muestra

Valor de la muestra en la investigación

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{(N - 1) E^2 + Z^2 * P * Q} = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 1953}{1952 * 0.0025 + 3.8416 * 0.5 * 0.5} = \frac{1875.6612}{5.8404} = 321.5$$

n = 321 turistas

Aplicando el factor de corrección:

En esta investigación se aplicó un ajuste del tamaño inicial de la muestra que resultó conforme a la aplicación de la fórmula del método de muestreo probabilístico, por lo que se notifica lo conducente, considerando al universo (N = 1953 turistas) y n = muestra previa = 321 turistas.

Fórmula del factor de corrección:

$$n = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}} = \frac{321}{1 + \frac{321-1}{1953}} = \frac{321}{1 + 0.16385049} = 275.80 \cong 276$$

n= 276 turistas

Instrumento de recolección de datos

En el mes de enero de 2016 se inició el diseño de gestión de esta investigación y se consideraron múltiples aspectos que se podrían suponer para indagar y

diseñar la tipificación del usuario; sin embargo, conforme se fue acotando ésta en función de las preguntas a responder, se optó por el empleo de un cuestionario que no fuera sumamente amplio, porque se decidió aplicar a turistas al momento de que estaban ya realizando el proceso de salida del hotel en el que se hospedaron en Zihuatanejo, Gro. Se utilizó un cuestionario el cual está integrado por las siguientes secciones:

- a. Datos generales. - Se solicitó información relativa al lugar de procedencia, edad, sexo, situación laboral y último grado de estudios. Previo a este apartado, se incorporó el propósito de este instrumento, la confidencialidad en el manejo de los datos y las indicaciones para responder a los cuestionamientos.
- b. Cuestionamientos generales. - Se refiere al cuerpo estructurado de preguntas, las cuales fueron 14 en total y estuvieron distribuidas en cuatro categorías: b.1.- Motivos de viaje y perfil general del viajero, que se integró por las preguntas de la 1 a la 7; b.2.- Prácticas de adquisición de servicios durante el viaje, compuesta por las preguntas 8 a la 11 y; b.3.- Satisfacción general del usuario turístico, este apartado lo integraron las preguntas 12 a la 14, en las cuales se cuestionó acerca de los servicios estratégicos de este destino en el ámbito terciario, con 5 opciones de respuesta en la escala de Likert (pregunta 12) y también se valoró el que indicaran los elementos que se podrían mejorar en forma global, a partir de opciones predeterminadas en el cuestionario (pregunta 13), así como la posible recomendación del destino para que visiten a Zihuatanejo, Gro (aplicable al cuestionamiento 14).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta sección se mostrarán los resultados obtenidos y su correspondiente discusión, una vez que fue realizado el procesamiento de los datos obtenidos para la investigación y que se derivan de lo que se preguntó en el cuestionario que se aplicó a un total a 276 turistas quienes visitaron Zihuatanejo Gro, durante el periodo vacacional de Semana Santa 2016; la información se muestra en figuras que están ordenadas secuencialmente y son derivadas de lo generado de la percepción de quienes respondieron en función de los tópicos considerados.

En lo conducente a la edad de los visitantes, se encontró que el rango está entre los 20 a los 70 años de edad, se detallará el desarrollo de elementos estadísticos en función de este aspecto de información proporcionada:

Rango o recorrido: $R = X_{\text{máx}} - X_{\text{mín}} = 70 - 20 = 50$

Número de intervalos: Se aplicó la Regla de Sturges: $k = 1 + 3.33 \log (n)$

$$k = 1 + 3.33 \log (276) = 1 + 3.33 (2.440909082065218) = 1 + 8.128227243277175$$

$$k = 9.128227243277175 \cong 9$$

$$R = 50; k = 9$$

$$\text{Amplitud: } C = R/k = 50/9 = 5.5555555 \cong 6$$

$$C = 6$$

En la siguiente tabla 1, el último intervalo está establecido de la edad de 68 a 74 años, por cuestión de la amplitud del mismo, siguiendo el proceso correspondiente.

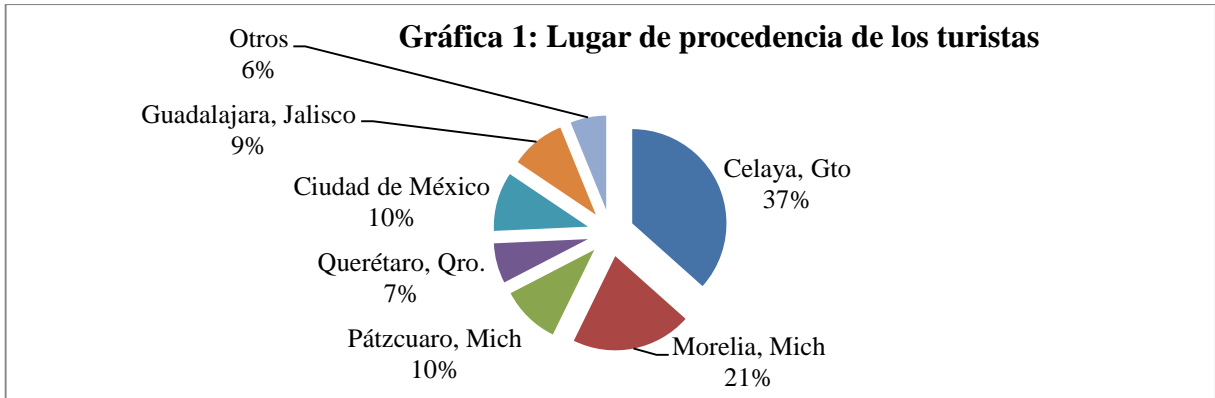
TABLA 1: DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIA, AGRUPADA EN INTERVALOS RESPECTO A EDAD DE TURISTAS

li	Xi	fi	Fi	hi	Hi	PORCENTAJE SIMPLE	PORCENTAJE ACUMULADO
(20; 26)	23	38	38	0.14	0.14	14	14
(26; 32)	29	53	91	0.19	0.33	19	33
(32; 38)	35	43	134	0.16	0.49	16	49
(38; 44)	41	48	182	0.17	0.66	17	66
(44; 50)	47	41	223	0.15	0.81	15	81
(50; 56)	53	12	235	0.04	0.85	4	85
(56; 62)	59	18	253	0.07	0.92	7	92
(62; 68)	65	14	267	0.05	0.97	5	97
(68; 74)	71	9	276	0.03	1	3	100
TOTAL		276		1.00		100%	

Fuente: Elaboración propia, con información propia derivada de la investigación de campo (2016)

$$\text{Media} = \bar{X} = \sum_{i=1}^n \frac{X_i * f}{n} = \frac{23*38+29*53+35*43+41*48+47*41+53*12+59*18+65*14+71*9}{276} = \frac{11058}{276} = 40.0652174 \cong 40 \text{ años es la edad promedio puntual de los turistas}$$

En cuanto al lugar de procedencia de quienes respondieron, se encontró que los turistas vienen principalmente de los Estados de Guanajuato y de Michoacán, quienes en su conjunto arrojaron un porcentaje global del 68%; para la Ciudad de México, un 10%; Guadalajara, Jal, obtuvo un 9%, Querétaro un 7% y otros: 6% (17 de ellos, señalaron: Morelos, Aguascalientes, Puebla).

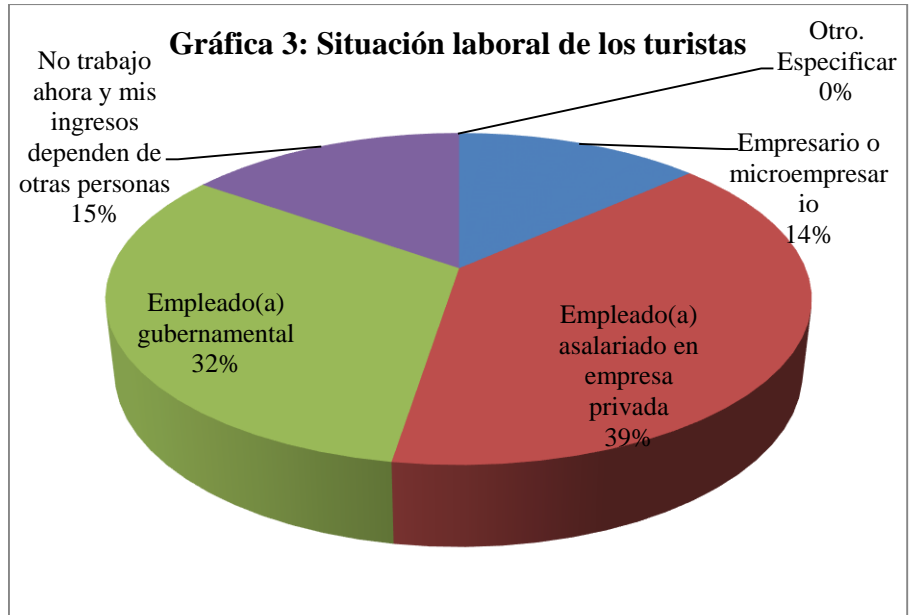


Fuente: Elaboración propia, con información propia derivada de la investigación de campo (2016)

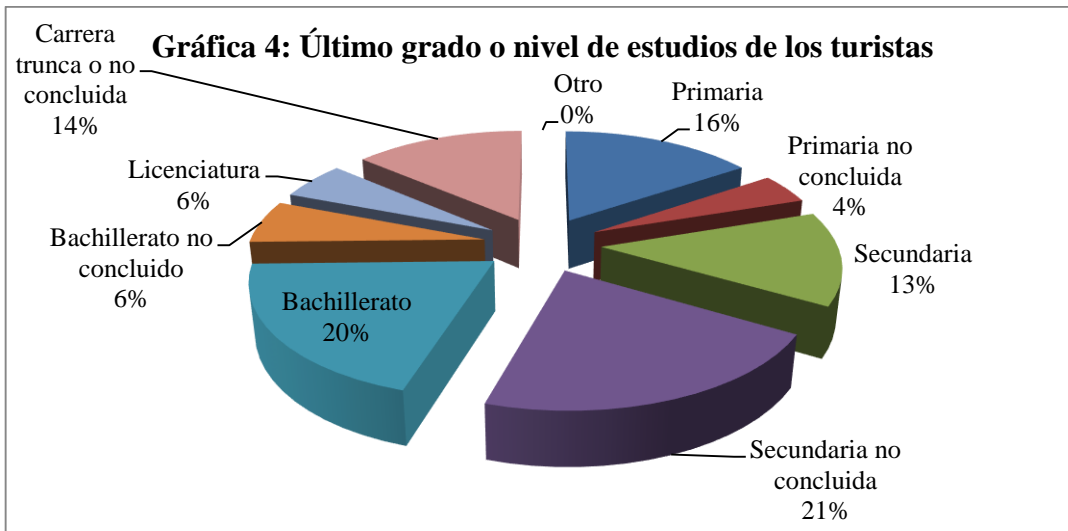
En las gráficas 2 a 4 que se manejan a continuación, se muestran **tres categorías abordadas: sexo, situación laboral y último grado o nivel de estudios** de los turistas: El 83% (230) son de sexo masculino, el 17% (46), de sexo femenino. El 71% en su conjunto agrupa la sumatoria de empleados gubernamentales (32%) y asalariados de empresas privadas (39%), siendo esta actividad la que ubicó a casi las tres cuartas partes de la muestra; 15% no trabaja ahora; 14% es microempresario o empresario. En cuanto al grado de estudios: 21% con secundaria no concluida; 20% con bachillerato; 16% con primaria; 14% con carrera trunca o no concluida; 13% con secundaria; 6% con licenciatura; 6% con bachillerato no concluido y 4% con primaria no terminada.



Fuente: Elaboración propia con información de la investigación de campo (2016)



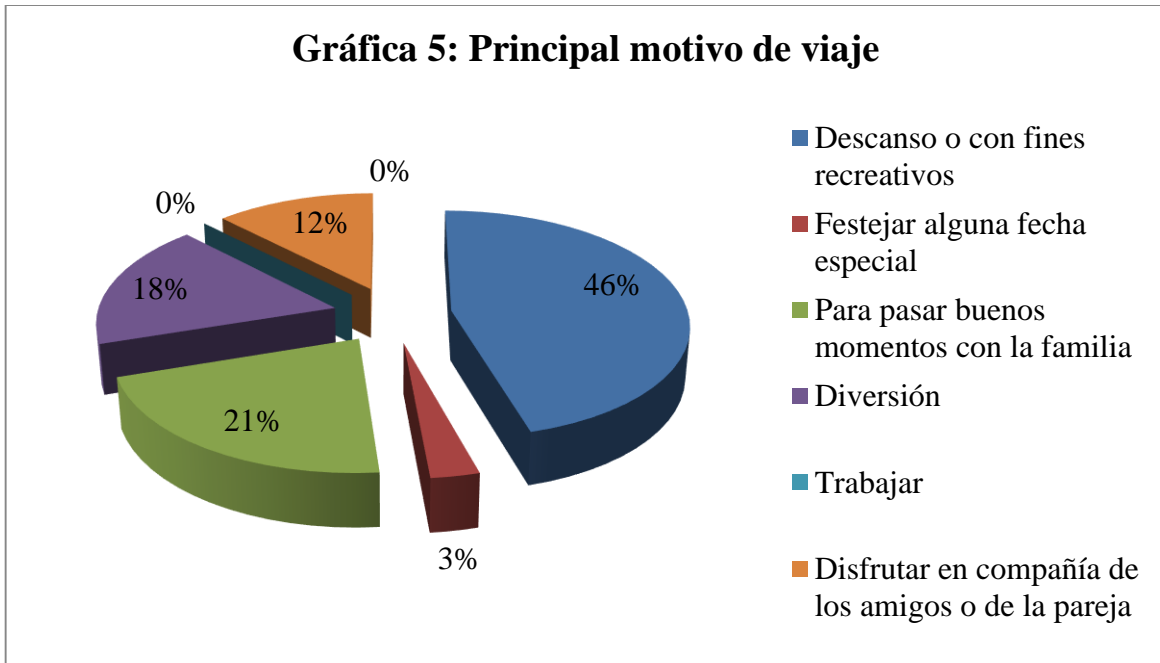
Fuente: Elaboración propia con información de la investigación de campo (2016)



Fuente: Elaboración propia con información de la investigación de campo (2016)

Categoría de análisis: motivos de viaje y perfil general del viajero

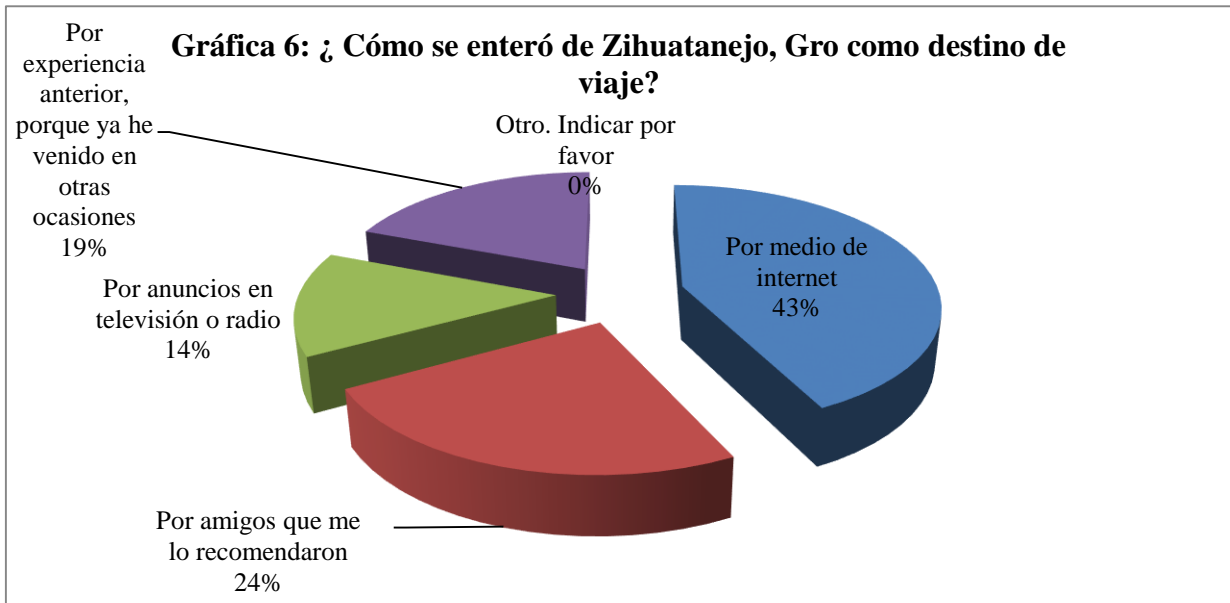
Pregunta 1: En orden de importancia, coloque un “1” al principal motivo de este viaje, un “ 2” al que le sigue y así sucesivamente hasta finalizar: El 46% (126) indicó que el motivo principal de viaje a este destino ha sido por descanso o con fines recreativos; un 21%(59) para pasar buenos momentos con la familia; un 18%(49) por diversión; un 12%(34) para disfrutar en compañía de los amigos o de la pareja; un 3%(8) para festejar alguna fecha especial.



Fuente: Elaboración propia con información de la investigación de campo

Pregunta 2: ¿Cómo se enteró Usted de que podría venir a vacacionar a Zihuatanejo, Gro?

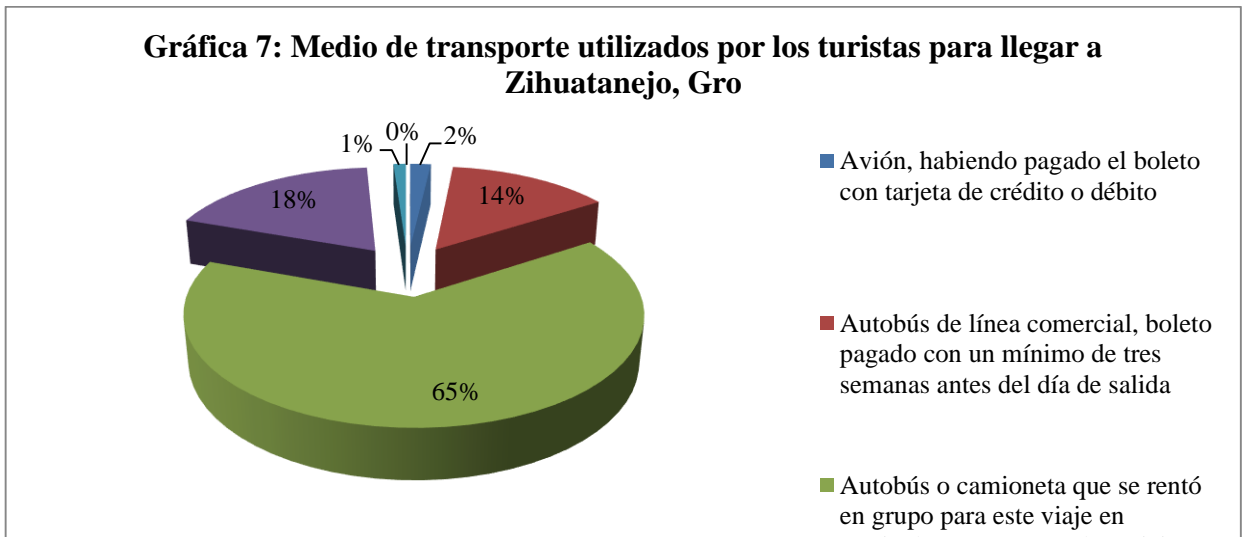
Derivado de la pregunta acerca de las modalidades a través de las cuales se enteró de Zihuatanejo, Gro como destino temporal: 118 (43%) respondió que por medio de internet; 67 (24%) por recomendación de amigos; 53 (19%) por haber estado en este lugar ya en otras ocasiones anteriores; 38 (14%) por anuncios en televisión o radio.



Fuente: Elaboración propia con información de la investigación de campo

Pregunta 3: ¿Cuál es el medio de transporte por el cual usted llegó en esta ocasión a este destino turístico?

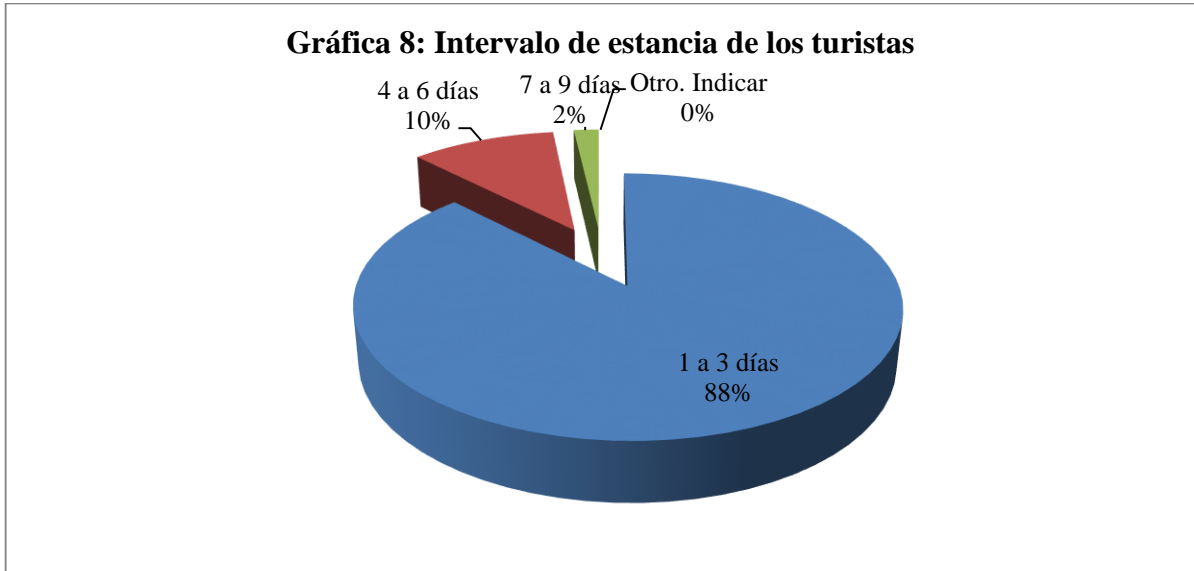
El 65% (178) indicó que se desplazó en autobús o camioneta que se rentó en grupo para este viaje en particular y lo pagaron con una anticipación mínima de un mes; 18% (51) fue en automóvil particular propio; 14% (39) Autobús de línea comercial, boleto pagado con un mínimo de tres semanas antes del día de salida; el 2% (5) en avión, habiendo pagado el boleto con tarjeta de crédito o débito; el 1%(3) indicó que en automóvil rentado el día de salida a este lugar.



Fuente: Elaboración propia con información de la investigación de campo

Pregunta 4: ¿Cuál es el intervalo de días de su estancia en este viaje?

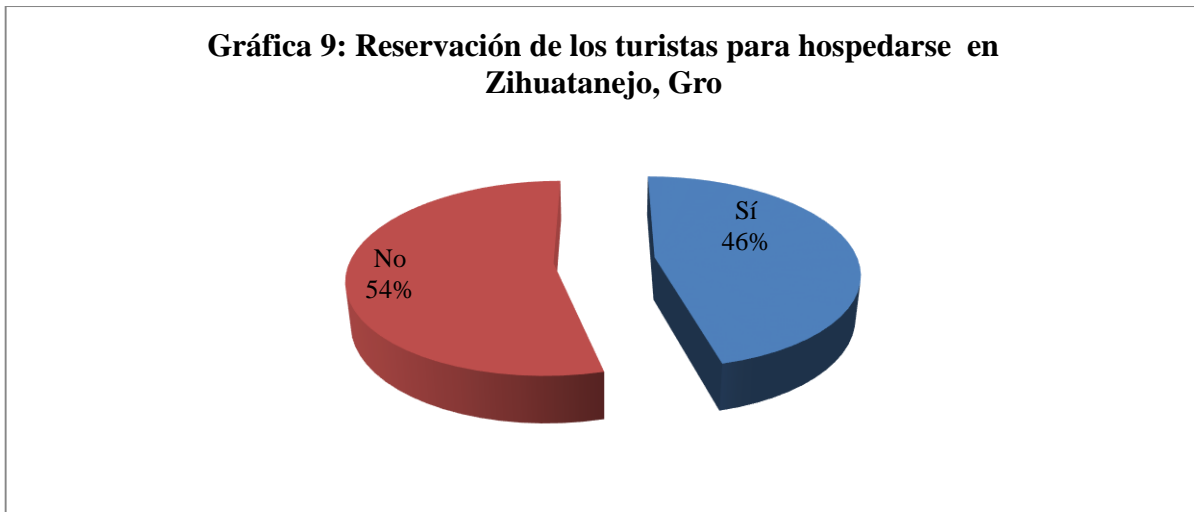
De 1 a 3 días indicó el 88% (242 turistas); de 4 a 6 días lo aseveró así el 10% (29) y de 7 a 9 días, fue el 2% (5) en cuanto a amplitud de la estancia de visitantes considerados en la muestra.



Fuente: Elaboración propia con información de la investigación de campo

Pregunta 5: ¿Hizo reservación en el hotel en el cual se hospedó en este viaje?

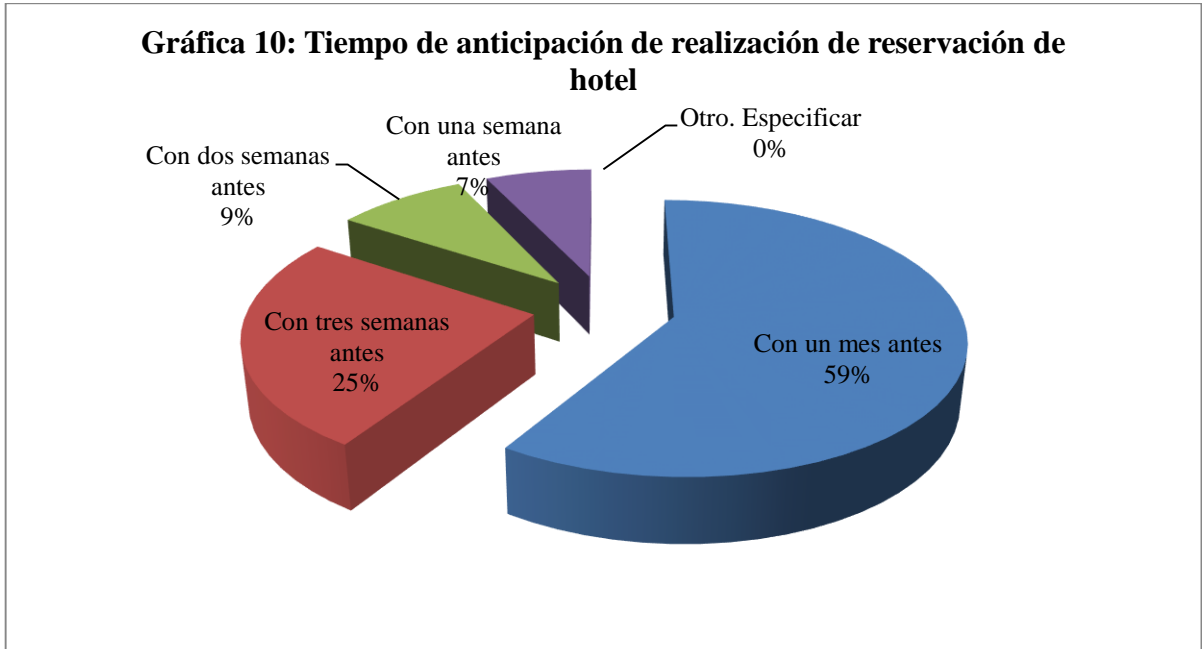
127 turistas (46%) respondieron que sí reservaron en el hotel previamente a su llegada a este destino vacacional; 149 (54%) especificaron que no reservaron con antelación.



Fuente: Elaboración propia con información de la investigación de campo

Pregunta 6: ¿Con cuánto tiempo de anticipación realizó la reservación?

De los 127 turistas que sí reservaron hotel, un 59% (75) la realizó con un mes de anticipación; un 25% (32) fue tres semanas antes; 9% (11) dos semanas antes y un 7%(9) la efectuó con una semana de antelación.

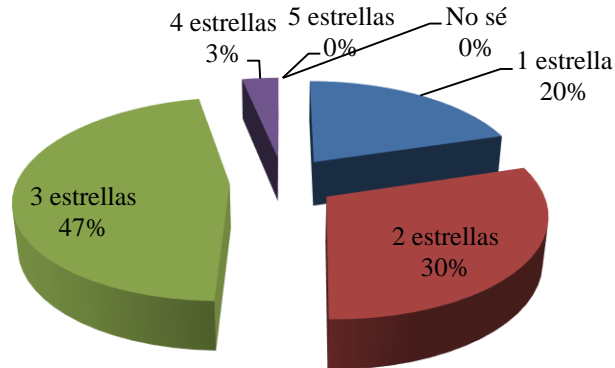


Fuente: Elaboración propia con información de la investigación de campo

Pregunta 7: ¿Cuál es la categoría de estrellas que tiene el hotel en el cual usted se hospedó durante esta estancia?

Se encontró que el 47% (128) estuvieron hospedados en hotel de 3 estrellas de Zihuatanejo, Gro; un 30% (83) en hotel de 2 estrellas; un 20% (56) en hotel de 1 estrella; un 3% (9) se instaló en un hotel de 4 estrellas, quienes representan una minoría visible.

Gráfica 11: Categoría de estrellas del hotel en el cual se hospedaron los turistas



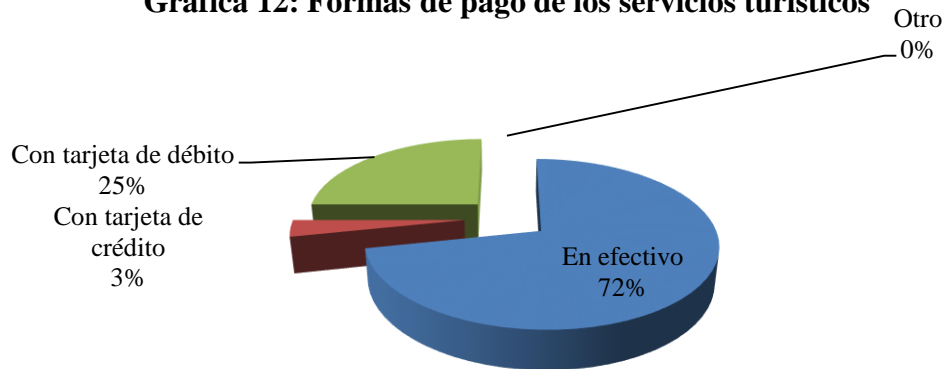
Fuente: Elaboración propia con información de la investigación de campo

Categoría de análisis: prácticas de adquisición de servicios durante el viaje

Pregunta 8: ¿Cuál (es) es (son) la (las) forma (s) de pago de los servicios turísticos en general requeridos durante su estancia en esta visita a Zihuatanejo, Gro?

Al cuestionar a los turistas considerados, respecto a las formas de pago: 72%(198) notificó que en efectivo; 25%(69) especificó que con tarjeta de débito y un 3% restante (9) respondió que con tarjeta de crédito.

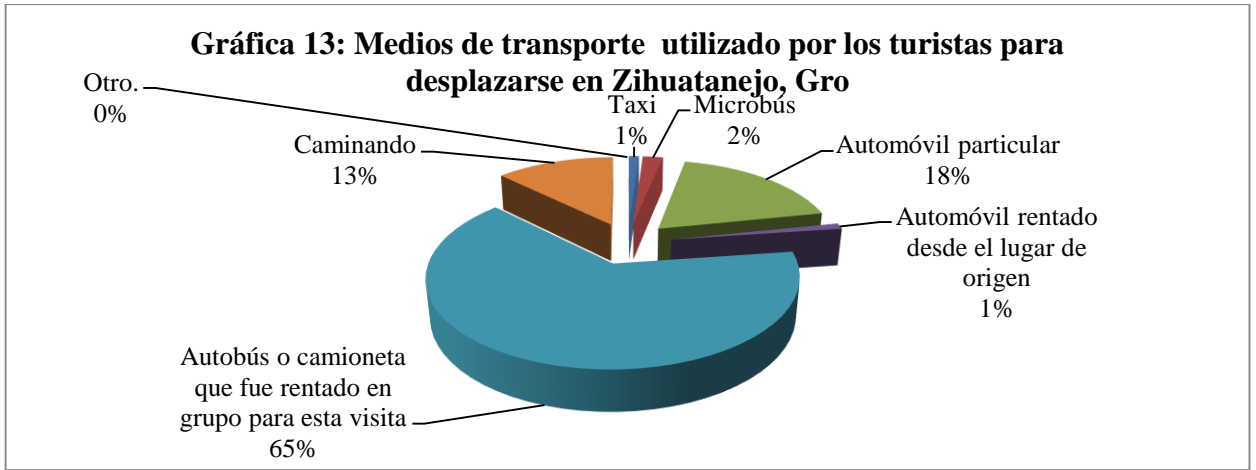
Gráfica 12: Formas de pago de los servicios turísticos



Fuente: Elaboración propia con información de la investigación de campo

Pregunta 9: ¿Cuál es (son) medio (s) de transporte para desplazarse en este lugar durante el tiempo de la estancia?

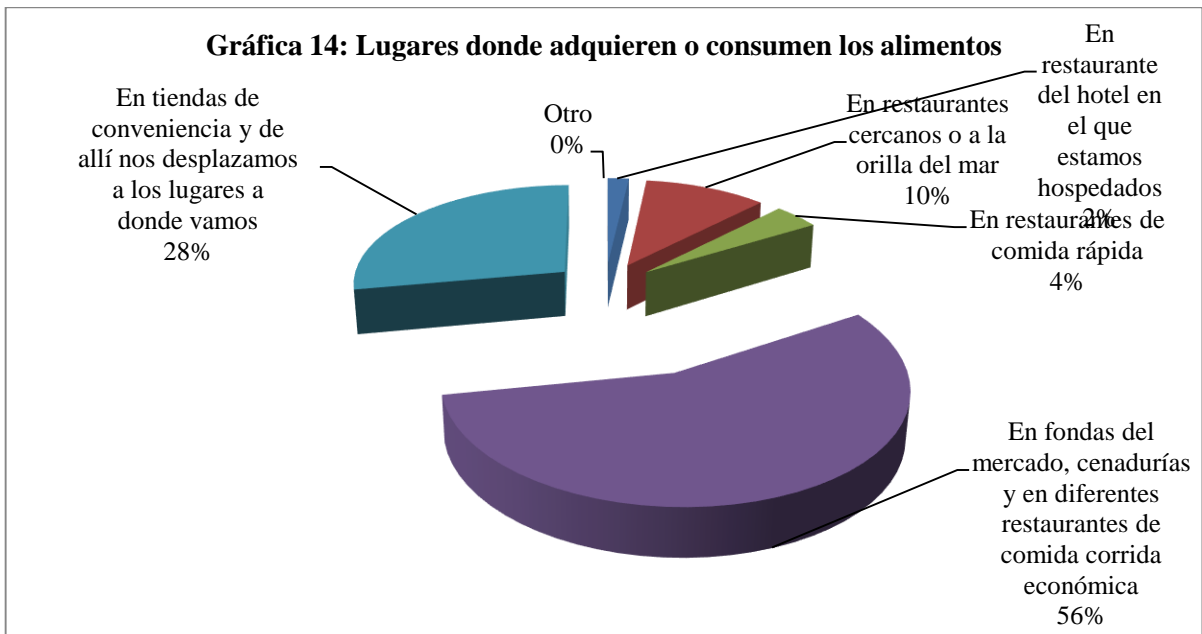
El 65% (178) respondió a este cuestionamiento, indicando que se desplazaron en Zihuatanejo, Gro en autobús o en camioneta que fue rentado en grupo para esta visita; un 18% (51) en automóvil particular; un 13% (35) caminando; un 2% (6) en microbús; un 1% (3) en taxi y también otro 1% (3) en automóvil rentado en el lugar de origen.



Fuente: Elaboración propia con información de la investigación de campo

Pregunta 10: ¿En cuáles tipos de establecimientos ha consumido o adquirido usted los servicios de alimentos en esta visita a Zihuatanejo, Gro?

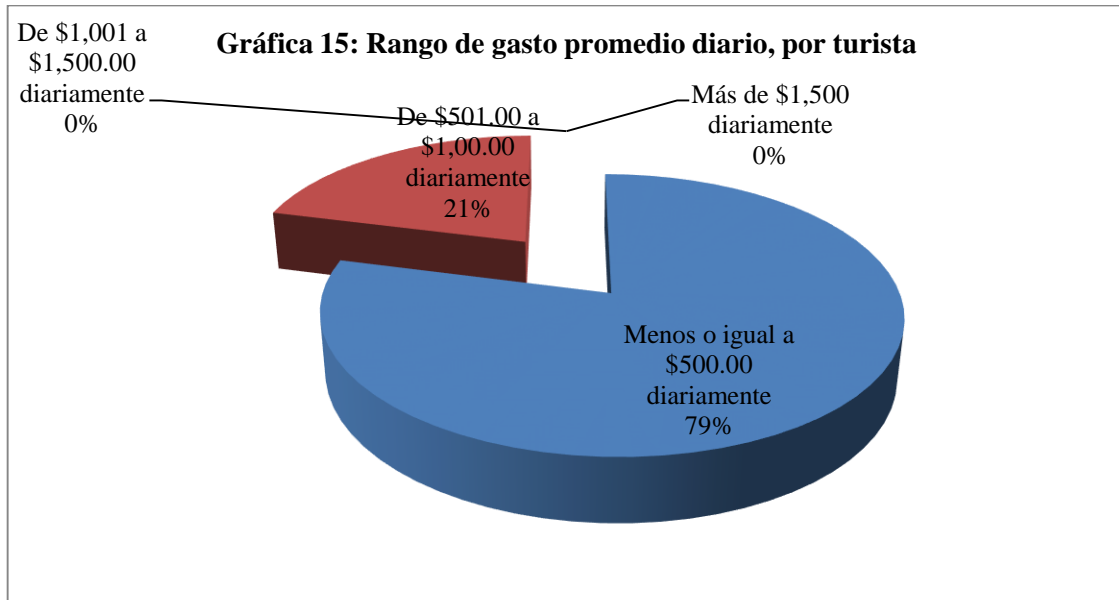
El 56% (154) en fondas del mercado, cenaduría y en restaurantes de comida corrida económica; 28% (77) en tiendas de conveniencia y de allí se van a los lugares turísticos a tomar los alimentos; el 10% (29) en restaurantes cercanos o a la orilla del mar; el 4% (11) en restaurantes de comida rápida; el 2% (5) en restaurante del hotel en el cual se hospedaron.



Fuente: Elaboración propia con información de la investigación de campo

Pregunta 11: ¿A cuánto corresponde el gasto en promedio diario por persona de usted y de quienes le acompañan en este viaje?

El 79% (218) indicó que gastan una cantidad menor o igual a \$500.00 diariamente; el 21% (58) señaló que desembolsaron sumas en el intervalo de \$501.00 a \$1,000.00 diariamente durante su estancia en Zihuatanejo, Gro.

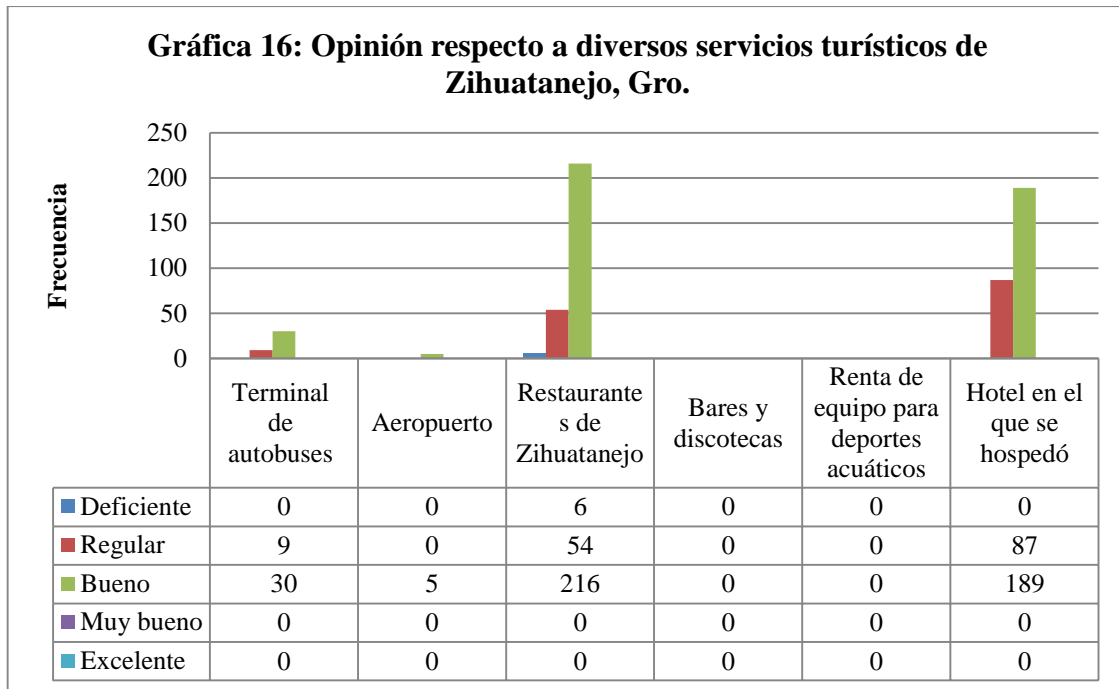


Fuente: Elaboración propia con información de la investigación de campo

Categoría de análisis: satisfacción general del usuario turístico

Pregunta 12: ¿Qué opinión tiene respecto a los siguientes servicios turísticos de acuerdo a su percepción durante el tiempo que visitó en esta ocasión Usted este destino? (Por favor sólo evalúe los servicios que sí usó usted).

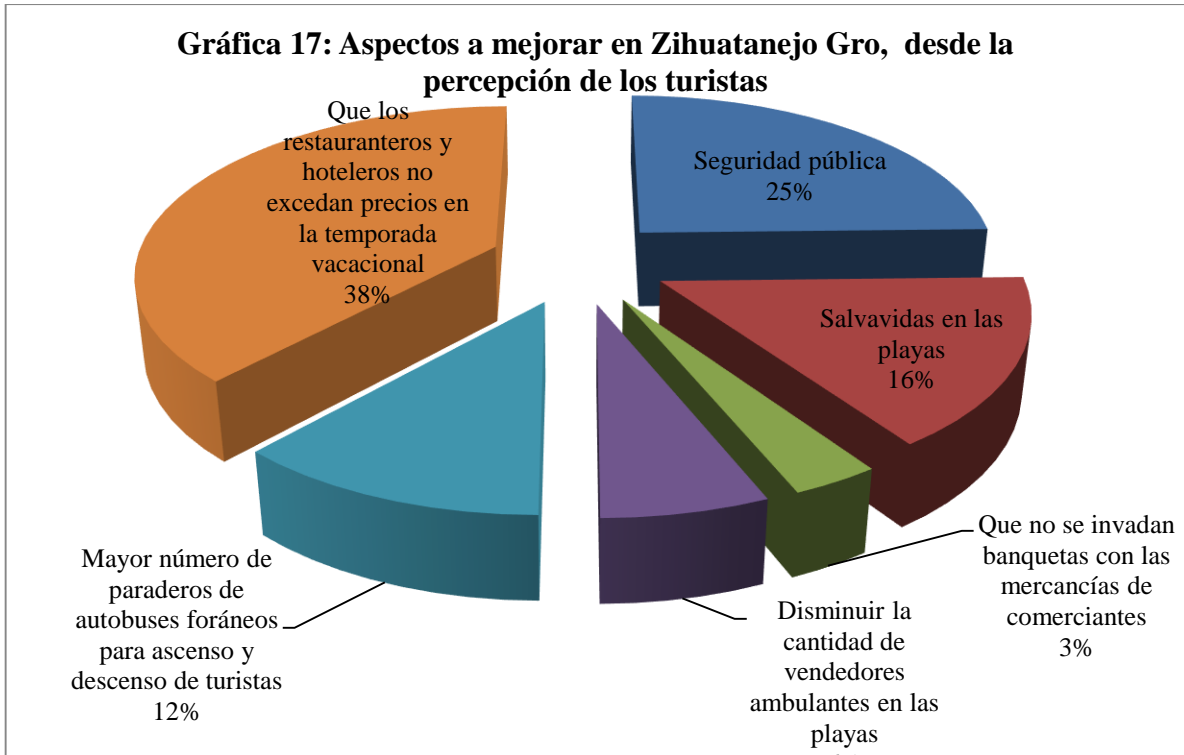
Los servicios que se consideraron para evaluar, fueron los que se ofrecen en: Terminal de autobuses, aeropuerto, restaurantes de Zihuatanejo, bares y discotecas, renta de equipo de deportes acuáticos y hotel; se puede ver en la gráfica 16, que los restaurantes fueron evaluados en general en su mayoría en categoría de bien, así como el hotel en el cual se hospedaron, también la terminal de autobuses y el aeropuerto para quienes sí usaron estos servicios.



Fuente: Elaboración propia con información de la investigación de campo

Pregunta 13: ¿Cuáles de los aspectos siguientes considera Usted que pueden mejorarse actualmente en Zihuatanejo, Gro?, (se le solicita favor de colocar un número “1” al más prioritario para mejorar, un “2” al que le sigue y así sucesivamente hasta concluir).

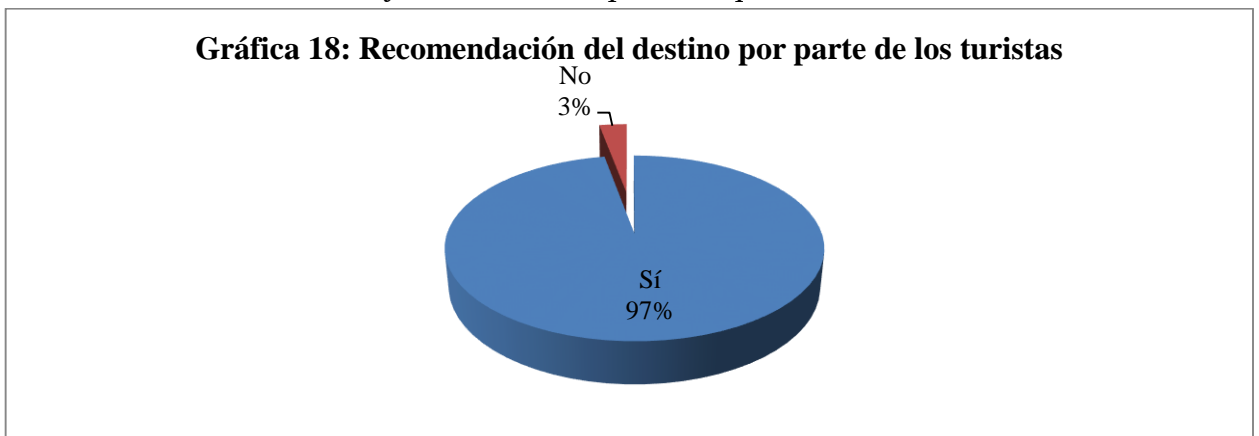
En las alternativas de respuesta, las cuales fueron integradas como opciones adicionales para marcar de conformidad con los turistas abordados, se tuvo la intención de conocer desde su opinión en qué medida se pueden ir mejorando determinados componentes; un 38% indicó que requieren que no se incrementen los precios en hoteles y restaurantes durante la temporada; un 25% indicó sobre tópicos de seguridad pública; un 16% requiere que haya salvavidas en las playas; un 12% notificó que exista mayor número de paraderos de autobuses para ascenso y descenso de turistas; un 6% especificó que se disminuya la cantidad de vendedores ambulantes en las playas y un 3% manifestó que no se invadan las banquetas con mercancías de los comerciantes.



Fuente: Elaboración propia con información de la investigación de campo

Pregunta 14: ¿Recomendaría Usted a familiares, amigos o conocidos que visiten Zihuatanejo, Gro en caso de que ellos estén tomando la decisión relativa a qué lugar acudir para vacacionar?

La respuesta vertida en esta pregunta, sin lugar a dudas representa un aspecto favorable en este sentido, ya que de la totalidad, un 97% notificó que sí recomendarían este destino y sólo un 3% especificó que no.



Fuente: Elaboración propia con información de la investigación de campo (2016)

Tabla 2: resumen de componentes más representativos del perfil del turista de Zihuatanejo, Gro.

Estados de procedencia	Guanajuato y Michoacán
Género preponderante de los turistas	Masculino
Situación laboral	Empleado asalariado en empresa privada
Último grado de estudios	Secundaria no concluida
Principal motivo de viaje	Descanso o con fines recreativos
Forma de enterarse de este destino	Por medio de internet
Medio de transporte para llegar	Autobús o camioneta rentada en grupo
Intervalo de días de estancia	De 1 a 3 días
Reservación previa de habitación	Casi la mitad de los turistas (46%)
Tiempo de anticipación de reservación	Un mes
Categorías principales de estrellas del hotel	1 a 3 estrellas
Forma de pago de servicios turísticos	Efectivo
Medio de transporte en este lugar	Autobús o camioneta que rentaron previamente
Establecimiento de compra de alimentos	Fondas, cenadurías y restaurantes de comida económica
Gasto promedio diario por persona	Menor o igual a \$500
Satisfacción general del usuario	Bien en: Restaurantes, hotel, central de autobuses y aeropuerto
Aspecto principal a mejorar	Que los restauranteros y hoteleros no excedan los precios en temporada vacacional
Recomendación de este destino por parte de los turistas	Casi la totalidad (97%) sí recomendaría este lugar.

Fuente: Elaboración propia con información de la investigación de campo

En la tabla 2 que se muestra previamente a este comentario, se ha procedido a integrar los datos que son los principales que se derivaron de cada uno de los cuestionamientos constituidos en el instrumento de investigación, de manera

que permitan tener una perspectiva general vital de los componentes detonantes a manera de resumen de la tipificación del perfil del turista así como de la percepción que tienen respecto a los servicios que han recibido en este destino turístico, información en su conjunto ya detallada y ampliada se mostró en la sección completa de este apartado, denominado: Resultados y discusión.

CONCLUSIONES

Una vez que se obtuvieron los resultados de esta investigación, se tiene que en general hay aspectos favorables para tener una aproximación inicial de lo que representa el perfil general del turista que visita Zihuatanejo, Gro así como de la percepción que ellos tienen en lo conducente a la calidad que se brinda en servicios detonantes en el ámbito turístico.

Se consideró una muestra de 276 turistas. En lo conducente a la edad de los visitantes, se encontró que el rango está entre los 20 a los 70 años de edad y el lugar de procedencia de quienes respondieron, se acotó que es principalmente de los Estados de Guanajuato y de Michoacán, entidades que en su conjunto arrojaron un porcentaje global del 68%; para la Ciudad de México fue un 10%; Guadalajara, Jal, obtuvo un 9%, Querétaro un 7% y otros: 6% (17 de ellos, señalaron: Morelos, Aguascalientes, Puebla, principalmente).

El 83%(230) son de sexo masculino, el 17% (46), de sexo femenino; el 71% en su conjunto agrupa la sumatoria de empleados gubernamentales (32%) y asalariados de empresas privadas(39%); 15% no trabaja; 14% es microempresario o empresario.

En cuanto al grado de estudios: 21% con secundaria no concluida; 20% con bachillerato; 16% con primaria; 14% con carrera trunca o no concluida; 13% con secundaria; 6% con licenciatura; 6% con bachillerato no concluida y 4% con primaria no terminada, por lo que se puede suponer que en virtud del último nivel académico, podría haber mayor probabilidad de que desempeñen funciones de tipo operativo (quienes laboran) y/o que el sueldo que perciben, no les podría permitir desembolsar cantidades de dinero por servicios turísticos de nivel alto.

En la categoría inicial de estudio alusiva a: ***motivos de viaje y perfil general del viajero***, se puede destacar lo siguiente: Casi la mitad de los turistas abordados, respondió que el principal motivo de viaje a Zihuatanejo Gro, ha sido con fines recreativos o de descanso y una pequeña proporción, por otra parte, indicó que para festejar alguna fecha especial.

En otro cuestionamiento de esta categoría, se encontró el hecho de que casi la mitad de los turistas se enteraron de que podrían venir de vacaciones a este lugar, por medio de internet y casi la quinta parte especificó que ya han venido

en otras ocasiones; cabe mencionar que en último lugar en este segmento quedó el que supieron de este destino por medio de anuncios en televisión o radio.

La mayoría de los turistas afirmaron al responder en el instrumento de investigación, que se desplazaron en su visita durante el periodo de Semana Santa 2016, a través de autobús o camioneta que rentaron en grupo para el citado viaje en específico y que pagaron dicha unidad con un mínimo de un mes de anticipación; es pequeña la cantidad de personas que viajaron por medio aéreo.

Respecto a la temporalidad de estancia, más del 80% especificó que en un intervalo de 1 a 3 días en promedio estuvieron en este destino de playa y en el otro extremo, una mínima proporción estuvo de 7 a 9 días, la cual fue la última opción de respuesta en cuanto a este tópico.

En cuanto a forma previsor de planificación del viaje, casi la mitad de los turistas abordados indicaron que sí reservaron con antelación el hotel en Zihuatanejo, Gro, en su mayoría con un mes de anticipación; casi en proporción igual, por una diferencia de 8 puntos porcentuales arriba, se encontró el dato cuantitativo de quienes no reservaron alojamiento.

En la *segunda categoría*, en lo conducente a *prácticas de adquisición de servicios durante el viaje*, una de las principales formas de pago de los servicios turísticos durante su estancia fue en efectivo y una minoría no representativa, lo realizó con tarjeta de crédito.

Al encontrarse ya en Zihuatanejo Gro, más de la mitad proporcional a la muestra, notificó que el principal medio de transporte fue la unidad terrestre (camioneta o autobús) que rentaron en grupo y que por ende fue el que les sirvió para desplazarse de manera local y con esto no incurrieron en gastos adicionales por este concepto; una mínima proporción, en el otro extremo, se movió en automóvil rentado y un poco más de la décima parte, indicó que caminando.

Los turistas que fueron cuestionados en el aspecto que tiene que ver con los establecimientos en los cuales consumieron y/o adquirieron los alimentos en este centro vacacional, respondieron en más de la mitad que en fondas del mercado, en cenadurías o en restaurantes de comida económica y que de allí se desplazaban a los lugares que visitaban, como playas, particularmente; en el opuesto, la menor proporción fue generando consumo en restaurante del hotel.

En lo relativo al gasto promedio diario por persona, considerando a quien respondió el cuestionario así como en referencia a quienes le acompañaron en este viaje, casi la totalidad de la muestra (218 de 276, equivalente a un 79%) indicó que menor o igual a \$500.00 y el resto, notificó que de \$501.00 a \$1,000.00;

ninguna persona especificó más de este rango de desembolso diario durante su estancia en este lugar eminentemente turístico.

Se integró una categoría, la cual fue la tercera y última, enfocada a valorar: *satisfacción general del usuario turístico* y se le preguntó a los turistas en un cuestionamiento acerca de su percepción de los puntos de servicios integrales y estratégicos como los que se brindan en las diferentes siguientes negociaciones: Aeropuerto; terminal de autobuses; restaurantes de Zihuatanejo; hotel en el cual se hospedaron; bares y discotecas; renta de equipo para deportes acuáticos, siendo la petición, de que respondiera sólo a las alternativas que sí usaron durante su estancia temporal y se resalta que : los cuatro primero lugares que se incorporan en este párrafo fueron evaluados en el valor de bien; los dos últimos lugares del cuestionamiento sobre este aspecto en particular, tuvieron el valor de cero debido a que ninguna persona usó este tipo de servicios.

La principal aportación de este estudio es que se obtuvieron datos respecto al perfil del turista y de la percepción que tienen acerca de su estancia al haber visitado Zihuatanejo, Gro; esto sin lugar a dudas es un elemento esencial que coadyuva a que se conozca la naturaleza de los clientes actuales y reales, así como también por qué no decirlo, para la identificación de perspectivas de posibles usuarios potenciales en este destino turístico, con esto se consigue definir la oferta estructurada de los servicios que se pueden desplegar para el usuario y lograr la consolidación, el mejoramiento de la eficiencia y solidificar el concepto de Zihuatanejo Gro, destino que por su ubicación geográfica y características intrínsecas, se define por el hecho de que económicamente hablando, la mayor parte de su población vive del turismo, siendo éste un pilar fundamental en la economía de esta localidad y se debería disponer preferentemente, de un conjunto de aspectos que tipifiquen las condiciones que caracterizan a los usuarios, con énfasis en la percepción que tiene los turistas acerca de la calidad de los servicios, a fin de colaborar en el diseño y comercialización de paquetes enfocados a satisfacer las necesidades de los clientes que visitan Zihuatanejo, Gro.

La investigación estuvo enfocada a quienes visitaron el destino en el periodo vacacional de primavera o denominado Semana Santa 2016, por lo que ya se tiene información para estructurar componentes que estén orientados a potencializar la gestión de este destino de playa orientado hacia el segmento de personas que sí consideran esta zona como una opción de descanso y de recreación, beneficiando por ende con estas acciones, principalmente a los prestadores de servicios turísticos de esta localidad.

También se pudo conocer lo que turistas manifestaron respecto al grado de satisfacción que perciben en lo conducente a servicios turísticos específicos tales como los que se ofrecen en las diferentes negociaciones siguientes: aeropuerto, central de autobuses, hotel en el cual se hospedaron y restaurantes, esto es decisivo porque es un aspecto favorable cuando ellos califican en buenos términos a dichos servicios o por el contrario, una queja o una valoración no aceptable o mala, podría repercutir en lo que ellos externen a su regreso al lugar de residencia actual y de manera directa esto será tema de conversación entre sus allegados en comentarios respecto a la experiencia de su visita a Zihuatanejo, Gro; por eso es que es importante saber su opinión para continuar en el diseño de estrategias y tácticas para mantener la calidad y mejorarla tomando como referencia la principal opinión del usuario.

REFERENCIAS

- Acerenza, M.A. (2001). Administración del turismo, conceptualización y organización. México: Trillas.
- Ávila, R. y Barrado, D.A. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. Cuadernos de turismo.
- Cooper, Chris (2001). Turismo, principios y práctica. España: Síntesis.
- González Damián, Alfonso (mayo, 1999). Turismo y vida cotidiana. El turismo desde el punto de vista de los actores sociales, Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública, Universidad Autónoma del Estado de México, 325-330.
- Hawkins, Best y Coney (2008). Comportamiento del consumidor. Construyendo estrategias de marketing. México: McGraw Hill
- Kotler, Philip (2006). Dirección de Marketing. México: Pearson Educación.
- Kotler, Philip (2003). Fundamentos de Marketing. México: Prentice Hall
- Ley Federal del Turismo. Diario Oficial de la Federación, México, 31 de diciembre de 1992
- Muñoz Oñate, Fernando. (1994). Marketing turístico. España: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.
- Organización Mundial del Turismo. (2003). Introducción al Turismo. España: OMT.
- Organización Mundial del Turismo. (2006). Apuntes de metodología de la investigación en turismo. España: OMT.
- Sandhusen, Richard (2002). Mercadotecnia. México: Compañía Editorial Continental.
- Schiffman, León, G. (2001). Comportamiento del consumidor. México: Pearson Educación

AEDES AEGYPTI ¿UN TEMA EMPRESARIAL? LOS COSTOS EMPRESARIALES RELACIONADOS CON LOS MOSQUITOS

José Vili Martínez González⁵, Vili Aldebarán Martínez García⁶, Andrea García Valerio⁷ y María Elena Quero Corzo⁸
(COLPARMEX y Ajedrez Consultores)

Resumen

El mosquito *Aedes aegypti* transmisor de enfermedades como el Zika, dengue y chikungunya, enfermedades que carecen de tratamiento específico y vacunas, por lo que se cuenta únicamente con medidas de prevención y control; en México en los últimos años ha aumentado su presencia sobre todo en los meses de lluvia. Pero *¿Cómo impactan* las enfermedades transmitidas por el *Aedes aegypti* en la *productividad de las empresas?* Estas patologías involucran desde pagos de incapacidades a paros provocados por la imposibilidad de continuar los procesos productivos. La presente investigación emplea un instrumento compuesto por una cédula de clasificación y 16 reactivos aplicados a 25 empresas ubicadas en Ciudad del Carmen, Cancún y Mérida identificando la presencia de tres enfermedades transmitidas por este mosquito (Zika, Dengue y Chikungunya), dentro de los resultados se obtuvo que los mayores costos fueron debido a contratación de personal para cubrir faltas, el incremento de los costos y a los gastos relativos para combatir al mosquito.

Abstract

The mosquito *Aedes aegypti* transmitting diseases such as Zika, dengue and chikungunya, diseases that lack specific treatment and vaccines, so that only preventive and control measures are available; In Mexico in recent years has increased its presence especially in the rainy months. But how do diseases transmitted by *Aedes aegypti* affect the productivity of companies? These pathologies involve from disability payments to stoppages caused by the inability to continue production processes. The present research uses an instrument composed of a classification card and 16 reagents applied to 25 companies located

⁵ Doctor en Administración, Director General de Ajedrez Consultores y Secretario General del COLPARMEX. A. C. ajedrezconsultores@hotmail.com

⁶ Alumno del Proyecto Savia del SIIES.

⁷ Médico Cirujano y Maestra en Seguridad e Higiene Ocupacional. Ajedrez Consultores.

⁸ Maestra en Administración. Presidenta del Capítulo Mérida del COLPARMEX, A.C.

in Ciudad del Carmen, Cancún and Mérida, identifying the presence of three diseases transmitted by this mosquito (Zika, Dengue and Chikungunya), within the results It was obtained that the higher costs were due to hiring of personnel to cover shortages, the increase of costs and the relative expenses to combat the mosquito.

Keywords:

Aedes aegypti, business costs, business productivity, Dengue, Chikungunya, Zika.

Palabras claves:

Aedes aegypti, costos empresariales, productividad empresarial, Dengue, Chikungunya, Zika.

Introducción

El ser humano siempre ha soñado y consolidado hazañas que desafían la imaginación, dentro de ellas, se encuentra el Canal de Panamá, sin embargo, los primeros que intentaron esta proeza fracasaron en forma estrepitosa, sin retroceder mucho en el tiempo, es posible ver el intento francés de 1882, cuyo fracaso, si bien, fue fruto de causas multifactoriales, es posible identificar que dentro de las más importantes estuvieron las enfermedades tropicales, la malaria y la fiebre amarilla, transmitidas las dos últimas por el mosquito *Aedes aegypti*, sin embargo, ¿cómo se logró la construcción del Canal?, años después los estadounidenses retoman el proyecto y dentro de sus prioridad consideraron el brindar condiciones adecuadas de habitación para los constructores y fumigar las zonas de trabajo, estas dos condiciones intervinieron para que el proyecto se realizará con éxito; lo que brindar una visión sobre la importancia de control de las enfermedades transmitidas por el *Aedes aegypti* considerando dos bastiones principales, control de las condiciones de trabajo/habitación y el ataque directo al mosquito.

El mosquito *Aedes aegypti* es el principal vector de los virus que causan el dengue, chikungunya y Zika infecciosas de gran importancia a nivel mundial que carecen de tratamiento específico y vacunas, por lo que se cuenta únicamente con medidas de prevención y control. En México en los últimos años ha aumentado su presencia sobre todo en los meses de lluvia, Yucatán es uno de los estados con gran presencia de estas tres enfermedades, al 9 de enero del 2017 la Secretaría de Salud reporto 390 casos confirmados de dengue en el estado,

mientras que casos confirmados de Fiebre Chikungunya se reportan 11; y de Zika se han confirmado 820 casos. (Dirección General de Epidemiología, 2017)

Es necesario visualizar las dimensiones del problema que traen consigo este tipo de mosquito.

Considerando información obtenida del artículo *Seis cosas que muchos no saben sobre los mosquitos (2016)*, para la Organización Mundial de la Salud (OMS) el mosquito es la especie más mortífera del planeta ya que estima que cada año unas 725.000 personas mueren por causa de enfermedades transmitidas por estos y, al comparar con los datos de la Fundación Bill Gates, donde el hombre es causante de 475.000 muertes al año, podemos decir que los mosquitos son mucho más mortíferos de lo que se podía pensar.

Este problema se extiende en forma amplia por el mundo encontrando que Lemle (2015) menciona que “Enfrentar el dengue le costó a Brasil US\$1,2 mil millones entre agosto de 2012 a setiembre de 2013, según una investigación que estimó los costos de atención hospitalaria y ambulatoria en los sectores público y privado, las muertes y la pérdida de productividad de los pacientes y sus cuidadores”

De forma particular, considerando cómo ha afectado este problema a México, es posible mencionar que dentro de las principales causas de mortalidad sujetas a vigilancia epidemiológica en el anuario más reciente de la Dirección General de Epidemiología del 2013 (editado en julio del 2016) menciona que el dengue hemorrágico se encuentra en el noveno lugar con 125 defunciones, en tanto que el dengue clásico reporta 62 defunciones sumando un total de 187. Es importante recordar lo que menciona Duran (2015) en el sentido de que “No hay un virus de dengue hemorrágico y otro clásico, el origen de cada uno es la respuesta del individuo”.

Anexo a lo anterior, Meraz (2015) menciona que la Secretaría de Salud (SSA) informó que al último corte, en el país hay 5 mil 721 casos confirmados de chikungunya.

Sin embargo, ¿Cuáles son los costos relacionados con las enfermedades transmitidos por el mosquito?

La redacción de Aristegui Noticias (2015), menciona que la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) registró en México 32 mil 100 contagios de dengue en 2014 y que el costo de su atención médica se llegó a estimar en tres mil 200 millones de pesos, lo cual equivale a 2.5 por ciento del presupuesto total del sector salud para el próximo año. La Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) en su trabajo, *Costo económico del dengue en México*, (2015) menciona que en México “cada año, el costo epidemiológico de

prevención es de mil 200 millones de pesos, y el clínico es de alrededor de 400 millones más”, por lo que es de suma importancia el encontrar alternativas para el control de este vector, y la redacción de Crónica Jalisco (2015), menciona que en el caso de México, el costo total de la enfermedad fue de USD\$ 113 millones y Zubieta (Informe de reunión 2014). “calculó que el dengue costará al país más de US\$ 238 millones para el 2022”.

Ahora bien, ¿cuál es el costo para las empresas?

Hasta donde los autores conocen, no existen estimaciones nacionales, es posible compartir que Robles (2015) menciona que tanto el Consejo Coordinador Empresarial (CCE) de Yucatán señala que tanto el zika, como el dengue y el chikungunya han impactado en la productividad en las empresas de Yucatán, ya que algunas reportan hasta 80 casos al mes; Zubieta (2014). “Calculó que el costo indirecto por pérdida de productividad del paciente ambulatorio afectado por el Dengue era de 31.97 UDS”, Rodríguez (2015) menciona que al trabajador que se enferma por el virus del chikungunya y, que este afiliado al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) o, al Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE), se estima autorizar un promedio desde siete hasta 10 días de incapacidad, y continúa mencionando que si en el IMSS se estima que un día de incapacidad ronda los 100 pesos, para el caso del ISSSTE este se eleva a los 200 por día.

Por lo que surge nuestra pregunta de investigación *¿Cómo impactan las enfermedades transmitidas por el *Aedes aegypti* en la productividad de las empresas?*

Material y método

La presente investigación es del tipo descriptiva, de diseño no experimental, transversal, con el objetivo de identificar si la incidencia de las enfermedades causadas por el *Aedes aegypti* han tenido repercusiones en la productividad de las empresas seleccionadas.

La muestra es del tipo no probabilística considera a un total de 25 empresas, considerando 6 empresas ubicadas en Ciudad del Carmen, 10 empresas ubicadas en Cancún y 9 empresas ubicadas en Mérida.

Las empresas se clasificaron considerando el criterio de CONACyT (2016) complementando lo relativo a empresas grandes.

El instrumento se encuentra constituido por:

- a) Una cédula de clasificación;
- b) 3 reactivos para identificar si han sufrido una de las tres enfermedades relacionadas con el *Aedes aegypti*;
- c) 7 reactivos para identificar si han presentado afectaciones por alguna de las tres enfermedades relacionadas con el *Aedes aegypti*;
- d) 6 reactivos para identificar si las empresas han adoptado medidas para prevenir las afectaciones causadas por el *Aedes aegypti*.

La hipótesis considerada fue:

H1₁: Las enfermedades transmitidas por el *Aedes aegypti* afectan en forma negativa la productividad de las empresas seleccionadas.

Las unidades de estudio estuvieron integradas de la siguiente manera:

Ciudad del Carmen

3 Micro empresas; 3 Empresas pequeñas de giro comercial.

Cancún

2 Empresas pequeñas de giro comercial; 2 Empresas medianas de giro comercial; 2 Empresas medianas de giro industrial; 2 Empresas grandes de giro servicios; 2 Empresas grandes de giro industrial.

Mérida

3 Empresas micro; 3 Empresas medianas de giro comercial; 2 Empresas medianas de giro industrial; 1 Empresa grande de giro industrial.

Resultados

Una vez realizada la aplicación del instrumento a las 25 empresas seleccionadas se identificó que:

Tabla 1 **Incidencia**

Estados / Enfermedad	Mérida	Ciudad del Carmen	Cancún
Zika	No identificados	No identificados	No identificados
Chikungunya	6	12	20
Dengue	7	2	16

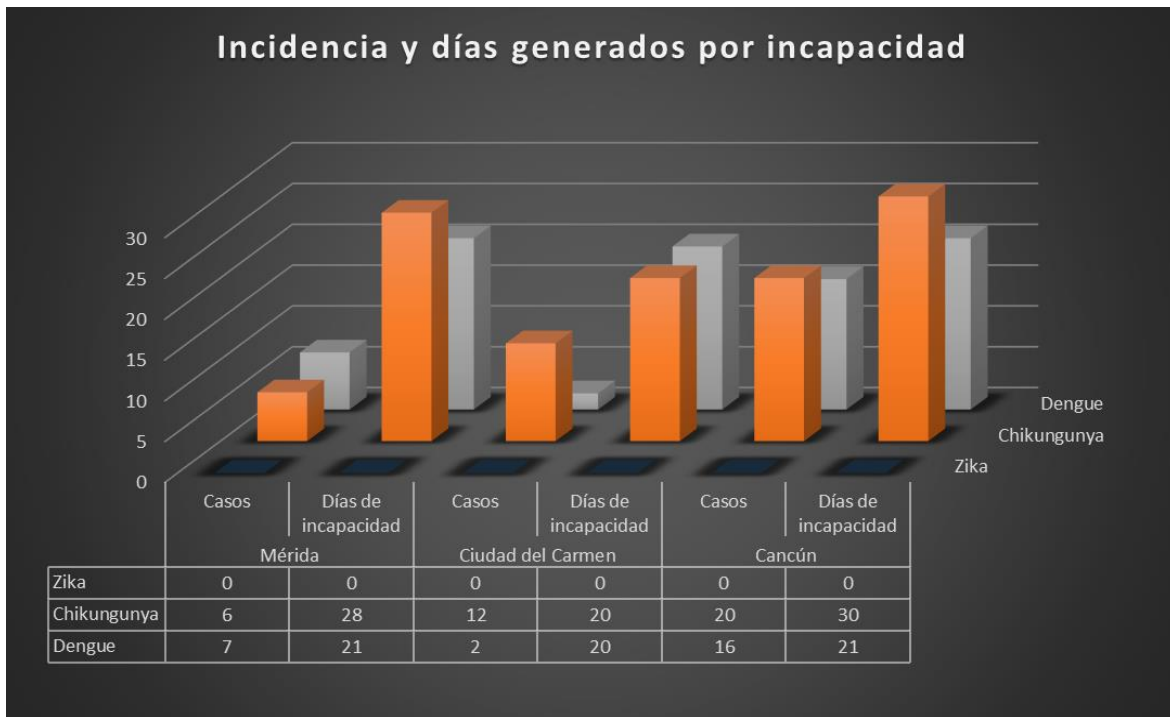
Fuente de elaboración propia

Tabla 2 **Días de incapacidad por enfermedad**

Estados / Días promedios de incapacidad por:	Mérida	Ciudad del Carmen	Cancún
Zika	No identificados	No identificados	No identificados
Chikungunya	28	20	30
Dengue	21	20	21

Fuente de elaboración propia.

Gráfica 1



Fuente propia

Estos resultados permiten visualizar que:

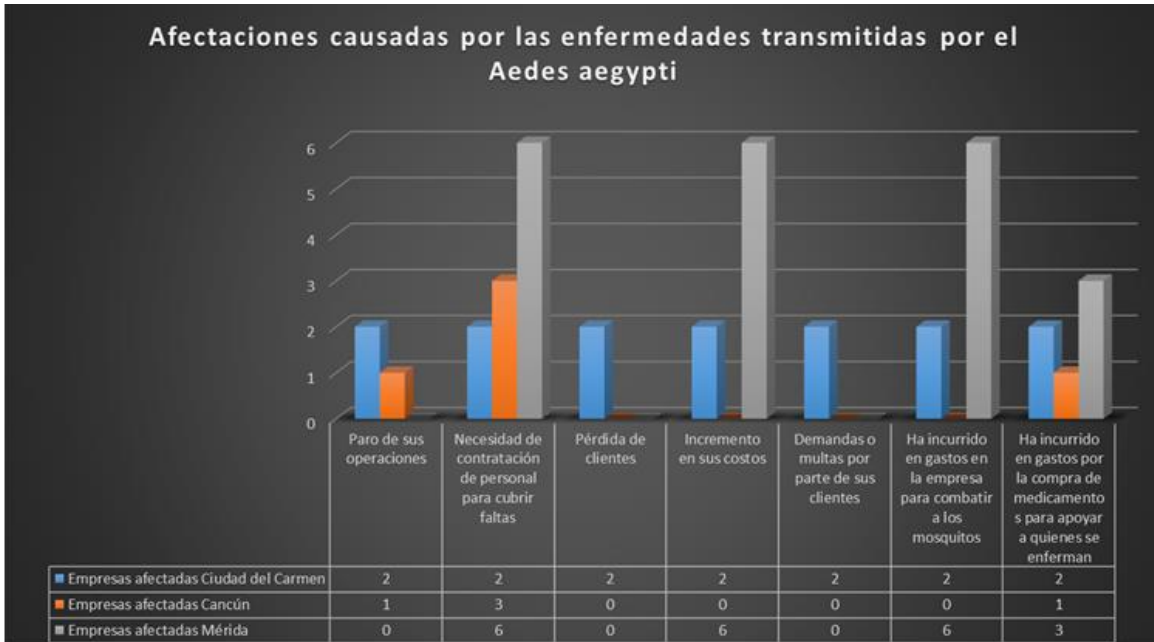
Las empresas que conforman la muestra han presentado enfermedades relacionadas con el *Aedes aegypti*, principalmente Chikungunya seguidos muy de cerca por el Dengue, encontrando que no se identificaron caso de Zika.

En lo relativo a los días de incapacidad, considerando que las unidades de investigación se encuentran afiliadas al IMSS es posible realizar un estimado de afectación considerando un promedio a 100 pesos diarios se tendría que:

- a) En Ciudad del Carmen las pérdidas se equipararían a \$ 32,700 pesos;
- b) En Cancún las pérdidas se equipararían a \$ 8,000 pesos;
- c) En Mérida las pérdidas se equipararían a \$ 89,600 pesos.

Es importante remarcar que los costos anteriores se refieren tan solo a los costos de las incapacidades, sin embargo, las afectaciones son muy superiores a ello, condiciones que se ven reflejadas en la siguiente gráfica.

Gráfica 2

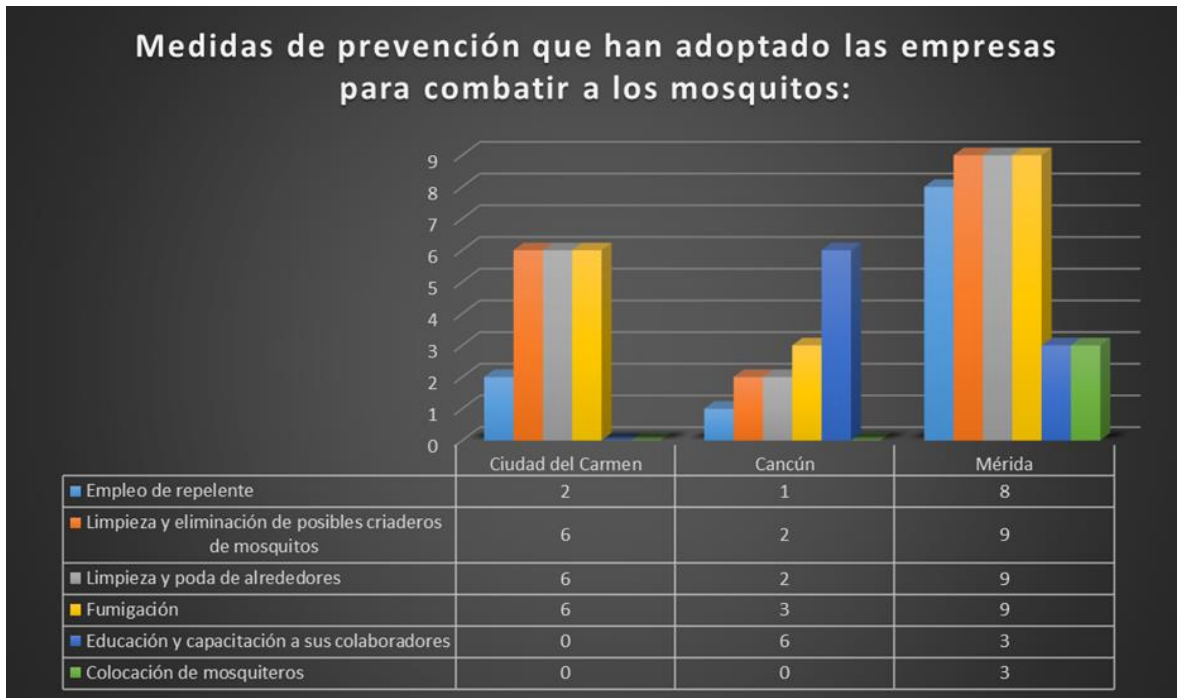


Fuente de elaboración propia.

Dentro de los problemas más graves que enfrentaron las empresas de Ciudad del Carmen son el paro de operaciones principalmente porque esta muestra se encuentra conformada por micro empresas en donde cada una de las personas que participan realizan funciones específicas y no existen remplazos para cubrir a quienes faltan por enfermedad.

Para el caso de Cancún también sufrieron de paros en sus operación y además se presentó el caso de sobre costos al tener que contratar personal de remplazo. En Mérida, las unidades de estudio investigadas no tuvieron paros debido a las incapacidades, pero sus costos se vieron afectados por la contratación de personal y a los gastos relativos para combatir al mosquito, así como en la compra de fármacos para ayudar a los trabajadores que resultaron enfermos.

Gráfica 3



Fuente de elaboración propia.

Es posible observar que las empresas han invertido en medidas de prevención, lo que ha representado un incremento de costos. Siendo Mérida la que ha implementado mayor número de estrategias de prevención.

Se encontró que existen a groso modo dos tipos de afectaciones

1. Cuantificables integradas por:

- a) Gastos relacionados por las incapacidades;
- b) Paro de sus operaciones;
- c) Necesidad de contratación de personal para cubrir faltas;
- d) Pérdida de clientes;
- e) Incremento en sus costos;
- f) Demandas o multas por parte de sus clientes;
- g) Ha incurrido en gastos en la empresa para combatir a los mosquitos;
- h) Gastos por la compra de medicamentos para apoyar a los trabajadores que se enferman;
- i) Colocación de mosquiteros;
- j) Empleo de repelente;
- k) Limpieza y eliminación de posibles criaderos de mosquitos;
- l) Educación y capacitación a sus colaboradores;
- m) Limpieza y poda de alrededores;
- n) Fumigación.

2. No cuantificables integrados por:
 - a) Discontinuidad en los procesos;
 - b) Secuelas y afectaciones a la salud de quienes han padecido las enfermedades;
 - c) Posibilidad de incurrir en actos, condiciones inseguras y disminución de productividad al contratar personal no familiarizado con el proceso.

Dentro de los comentarios recogidos durante la aplicación de los instrumentos se obtuvo que:

- a. La principal afectación expresada por las personas de las unidades de estudio seleccionados fue que las incapacidades ocasionaban un desequilibrio y a veces, una incapacidad en la organización para desarrollar sus procesos;
- b. Una molestia por la falta de programas enfocados a fumigar para disminuir la presencia de los mosquitos.

Conclusiones

En lo relativo a las hipótesis:

H₁: *Las enfermedades transmitidas por el Aedes aegypti afectan en forma negativa la productividad de las empresas seleccionadas.*

Es aceptada ya que como ha sido posible observar, el combate y control del mosquito *Aedes aegypti* es un tema que debe interesar a los empresarios no solo por las afectaciones económicas que representa, sino por los daños que causa a su capital intelectual.

Es importante también tomar en cuenta que estos padecimientos además afectan la dinámica y el ingreso familiar por el cuidado del enfermo, y ausentismo laboral.

Hay que recalcar que la tarea de abatir la densidad del mosquito *Ae. aegypti* es una responsabilidad compartida con los empresarios y trabajadores.

REFERENCIAS

Costo económico del dengue en México. (2015). DGCS.unam.mx. Consultada el 24/10/2016 http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2015_725.html

Diario Oficial de la Federación. Del 30 de diciembre del 2015. Consultado el 04/11/2016 en:

http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421766&fecha=30/12/2015

Dirección General de Epidemiología. (2016).

<http://www.epidemiologia.salud.gob.mx/dgae/chikungunya/index.html>

- Lemle, M. (2015). Investigación evidencia alto costo de dengue para Brasil. SciDev.Net América Latina y el Caribe. Consultado el 03/11/2016 en: <http://www.scidev.net/america-latina/enfermedades/noticias/investigacion-evidencia-alto-costo-de-dengue-para-brasil.html>
- Duran, L. (2015). *Costo económico del dengue en México*. Dgcs.unam.mx. Consultada el 24/10/2016 en: http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2015_725.html
- México aprueba la primera vacuna contra el dengue en el mundo. Redacción de Aristegui Noticias. Diciembre 9 del 2015. Consultada el 24/10/2016 <http://aristeguinoticias.com/0912/mexico/mexico-aprueba-la-primera-vacuna-contrael-dengue-en-el-mundo/>
- Meraz, A. (2015). Confirma SSA casi 6 mil casos de chikungunya en México. *Excélsior*. Consultada el 22/10/2016 <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/09/08/1044589>
- El dengue le cuesta anualmente a México 113 millones de dólares. Crónica Jalisco. 27/10/2015 <http://www.cronicajalisco.com/notas/2015/54534.html>
- Seis cosas que muchos no saben sobre los mosquitos, la especie más mortífera del planeta. Escrito el 18 Junio 2016. Página de Investigación y desarrollo consultado el 03/11/2016 en: <http://www.invdes.com.mx/ciencia-ms/624-seis-cosas-que-muchos-no-saben-sobre-los-mosquitos-la-especie-mas-mortifera-del-planeta.html>
- Panorama epidemiológico y estadístico de la mortalidad por causas sujetas a vigilancia epidemiológica en México, 2013. Secretaría de salud subsecretaría de prevención y promoción de la salud dirección general de epidemiología. Julio, 2016. Consultada el 26/10/2016 http://www.epidemiologia.salud.gob.mx/doctos/infoepid/publicaciones/mortalidad/PEEMortalidad_VE2013.pdf
- Robles, C. (2016). Empresas yucatecas, con alto ausentismo laboral por enfermedades vectoriales. sipse.com. Consultada el 4/11/2016 en <http://sipse.com/milenio/empresas-yucatecas-ausentismo-laboral-enfermedades-causadas-mosco-221819.html>
- Rodríguez, R. (2015). Para recuperarse del chikungunya darán 10 días. El Universal. <http://archivo.eluniversal.com.mx/nacion-mexico/2015/impreso/para-recuperarse-del-chikungunya-daran-10-dias-224670.html>
- Thirión, J. (2010). El mosquito *Aedes aegypti* y el dengue en México. Consultada en: http://www.slipe.org/pdf/libro_jthpdf.pdf

Zubieta, A. (2014). Una evaluación del impacto económico del dengue en México. Reunión sobre el Estado del arte para la prevención y control del dengue en las Américas Paho.org.

http://www.paho.org/hq/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=25899&Itemid=270

EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU IMPORTANCIA EN LA ORGANIZACIÓN PÚBLICA. ESTUDIO DE CASO DEL AYUNTAMIENTO DE MEXICALTZINGO ESTADO DE MÉXICO

Delia Gutiérrez Linares Delia, Eduardo Rodríguez Manzanares y Leticia Contreras Orozco
(Universidad Autónoma del Estado de México. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales)

Resumen

El tema del clima organizacional ha despertado gran interés en las diferentes organizaciones de la administración pública, es un elemento esencial para desarrollar estrategias planificadas y construir una visión para alcanzar nuevos y mayores logros en la atención y prestación de servicios. Prueba de ello es que su estudio se ha implementado en el sector público tanto en el ámbito federal, estatal y municipal. El objetivo del trabajo fue conocer el clima organizacional que impera en la organización municipal de Mexicaltzingo, estado de México, para determinar si éste influye en la realización de las actividades diarias y la prestación de los diferentes servicios públicos municipales. Una vez concluido el estudio, los resultados arrojaron una situación crítica en cuanto al clima, la cultura, las condiciones laborales y al cumplimiento de los objetivos del Ayuntamiento. Situación que se atribuye a la diversidad de condiciones laborales y la falta de identidad con la organización.

Palabras claves: Organizaciones públicas, Instituciones, Cultura, Clima organizacional.

Abstract

The organizational climate matter has prompted interest in different organizations in the public administration, is an essential element to develop strategies and build a vision to achieve new and greatest goals in public services. As a result of the evaluation, it has been introduced in the federal, state and municipal sphere. The aim of the research was knew the organizational climate that prevail over the municipal organization in Mexicaltzingo, State of Mexico, to determinate if this influence on the realization of the dairy activities and in the provision of municipal public services. Once accomplished this evaluation, the results showed a critic situation in the culture, workplace conditions and

execution of local government goals. This situation is attributable to the diversity of workplace conditions and lack of identity into the organization.

Keywords: Public organizations, Institutions, Culture, Organizational climate.

Introducción

En la actualidad, el clima organizacional es un tema de gran importancia para las organizaciones que encaminan su gestión a la búsqueda del continuo mejoramiento del ambiente de trabajo. Se considera que es un factor clave en el desarrollo de las instituciones su estudio, diagnóstico y mejoramiento incide de manera directa en el denominado espíritu de la organización. En el presente trabajo se realiza un análisis conceptual del tema, que permite demostrar la importancia del clima en la gestión de las organizaciones municipales. Se presenta la relación entre organizaciones, instituciones, el clima organizacional y las diferentes dimensiones y categorías que se deben considerar en torno a los valores, costumbres, creencias y prácticas de la organización, que permiten entender las causas de la satisfacción e insatisfacción en el trabajo e impacto en la gestión y resultados organizacionales.

El clima organizacional se encarga del comportamiento humano, por ello se convierte en una necesidad estudiarlo, entenderlo y atenderlo para beneficio de los trabajadores y de toda la organización. La comprensión del fenómeno organizacional es una necesidad de los profesionales que tienen alguna responsabilidad en el manejo de personas y recursos.

El clima organizacional repercute en la motivación y el comportamiento de los miembros de una organización, su importancia se da en función del hombre, de su trabajo y de la participación en la sociedad. Por ello, reflexionar sobre la importancia del clima organizacional en la gestión y la obtención de resultados de los ayuntamientos, resulta imprescindible en esta época de cambios y transformaciones en las organizaciones públicas donde el factor humano es la parte central en ellas.

Organizaciones, instituciones y clima organizacional

En la sociedad que actualmente nos desarrollamos se vuelve necesario comprender el fenómeno organizacional debido al avance en los estudios respecto de la exigencia de utilizar de manera eficiente, eficaz y con calidad los recursos materiales y financieros con que se cuenta; pero sobretodo se ha vuelto imprescindible atender e involucrar a las personas que integran a la organización y que finalmente son quienes hacen posible el cumplimiento de los

objetivos. Los sistemas organizacionales se desarrollan a la par de procesos y transformaciones sociales alcanzando tal trascendencia que se han constituido como el medio a través del cual se busca solucionar conflictos y enfrentar los retos que día con día se manifiestan.

Las organizaciones, son parte fundamental en la vida de la sociedad y sólo ésta puede condicionarlas y transformarlas de acuerdo con el vínculo y la interacción que se dé entre ambas. Etzioni (1994), dice que las Organizaciones son unidades sociales (o agrupaciones humanas) debidamente construidas y reconstruidas que buscan metas específicas. La organización es un ente social y sus acciones y reacciones son producto de interacciones humanas, puesto que es el ser humano quien hace que las organizaciones funcionen; en otros casos son los mismos humanos quienes contribuyen para llevar al éxito o al fracaso a la organización. Dentro de las organizaciones vamos a encontrar personas, que interactúan y se involucran unas con otras, estas interacciones son llevadas a cabo debidamente ordenadas o descritas a través de una estructura formalmente establecida que persigue lograr determinados objetivos que en muchos de los casos se convierten en las razones de sus acciones y sobretodo esperan que su participación en la organización contribuya al logro de esos objetivos, que siendo generales muchas veces se convierten en personales, prevaleciendo un sentido de coordinación y racionalidad en la realización de acciones, y se establece un sistema de comunicación que permite la interacción de sus integrantes en razón de la colectividad.

Las organizaciones se caracterizan por la unión de esfuerzos para conseguir un objetivo común, para ello es preciso que las personas colaboren y se coordinen en las diversas funciones a cumplir. En tal razón se considera a la organización como el resultado de la acción humana, un sistema viviente, que está en búsqueda de cumplir objetivos comunes con la existencia de una estructura formal y procesos que respondan a las demandas del medio ambiente, donde sin duda alguna la capacidad de aprendizaje, permanencia, identidad y adaptación son factores determinantes en su sobrevivencia.

Es necesario considerar que además de las organizaciones están las instituciones que son el fundamento de la vida social y consisten en las reglas formales e informales, mecanismos de monitoreo y control, y sistemas de significados que definen el contexto dentro del cual los individuos y las organizaciones operan e interactúan. Se comprende a las instituciones dependiendo del enfoque que se utilice, no siempre se observan y se entienden de la misma forma, aun cuando existan puntos coincidentes entre ellos (Campbell, 2004). Por su parte March y Olsen (1997) consideran que además de ser un conjunto de reglas y rutinas

interrelacionadas que definen las acciones entre roles y acciones, un elemento primordial son los valores que influyen sobre el comportamiento de los individuos.

Berger (2001) considera que las instituciones proporcionan las maneras de actuar por medio de las cuales la conducta humana es modelada y obligada a marchar, en canales que la sociedad considera los más convenientes. Por otra parte North señala que “las instituciones son las reglas del juego en una sociedad o, más formalmente, son las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana” (North, 1993, p. 13).

En este entendido podemos afirmar que “vivimos en un mundo de organizaciones, donde no todas son iguales...” (Barba, 2002, p.31), y han cambiado de acuerdo a las circunstancias y al desarrollo de la sociedad. Las organizaciones son en sí unidades que representan una realidad única e irrepetible, que se adapta a las condiciones cambiantes y a las circunstancias políticas, económicas, sociales y culturales de las personas que la conforman; se ajustan a las tecnologías, a los recursos disponibles y a las reglas del entorno, pero aún más se convierten en modelos para el cambio y la transformación de la sociedad (Etzioni, 1994). Las instituciones son las reglas, normas y costumbres de operación de todo sistema, son además las estructuras que suponen un mecanismo de control u orden social, son creadas para facilitar la convivencia humana y tienen que ver con el desarrollo de vínculos e interacciones humanas en diferentes circunstancias de la vida.

Organizaciones e instituciones forman parte de la vida del individuo y de la sociedad, por lo que se hace necesario entender cómo se relacionan en lo humano, social, organizacional y cultural. Instituciones y organizaciones son órdenes, pero de naturaleza enteramente diferente: las instituciones son órdenes abstractas, independientes de los individuos que las componen, que cumplen la función de facilitar a los individuos y las organizaciones la consecución de sus fines particulares, pero que en sí mismas no tienen fines específicos; las organizaciones, en cambio, son órdenes concretas, determinadas por los individuos y los recursos que la integran, son creadas para la consecución de fines particulares y específicos (Prats, 2016).

Bajo este contexto el análisis del clima organizacional se hace necesario debido a que, vincula Organizaciones e Instituciones, en virtud de que actualmente todas o casi todas las organizaciones públicas o privadas buscan mejorar su ambiente, elevar su productividad y ofrecer los mejores servicios, involucrando como eje central al ser humano y aprovechando de manera racional los recursos de que dispone.

Clima organizacional

A partir del Siglo XX, dentro de las estructuras sociales, comenzó a reevaluarse la forma en la que las organizaciones trabajaban debido a que muchos de los empleados comenzaron a protestar ante las formas de esclavismo y autoritarismo bajo los que eran tratados; comenzó a potencializarse la idea de que independientemente de que el individuo fuera un subordinado dentro de una estructura jerárquica éste no era sólo una “máquina” para cumplir metas y objetivos, sino que tenía necesidades que iban desde comer, dormir, abrigarse, respirar, etc., hasta las que tenían que ver con el estado de bienestar y esparcimiento, por lo que se comenzó a plantear la importancia de generar esquemas que permitieran que los individuos de la organización se sintieran más cómodos en sus actividades y que a partir de ello pudieran garantizar ser más eficientes, eficaces y efectivos en el cumplimiento de sus tareas.

Esta situación, fomentó el análisis del espacio en el que se desempeñaban los cargos y trajo como consecuencia la inclusión del término: clima organizacional. Entendido como “la percepción y apreciación de los empleados con relación a los aspectos estructurales (procesos y procedimientos), las relaciones entre las personas y el ambiente físico (infraestructura y elementos de trabajo), que afectan las relaciones e inciden en las reacciones del comportamiento de los empleados, tanto positiva como negativamente, y por tanto, modifican el desarrollo productivo de su trabajo y de la organización” (García, 2009, p. 47).

El clima organizacional es el “conjunto de percepciones compartidas que los servidores públicos desarrollan en relación con las características de su entidad, tales como las políticas, prácticas y procedimientos, formales e informales, que la distinguen de otras entidades e influyen en su comportamiento” (Zuluaga, 2001, p.12).. Por su parte “la percepción se refiere al proceso mediante el cual el ser humano organiza, interpreta y procesa diversos estímulos a fin de darle significado a su situación y su entorno. Supone conocimiento y está mediatizada por las experiencias de la persona, sus necesidades, motivaciones, deseos, emociones, expectativas y sistema de valores, entre otros, pero se articula con el ambiente laboral en que se actúa” (Zuluaga, 2001, p.12). Por lo anterior, el clima organizacional es uno de los pilares fundamentales de la organización debido a que si el factor humano no se encuentra cómodo física y emocionalmente en su espacio de trabajo, difícilmente cumplirá con las metas y objetivos que le corresponda desarrollar dentro de la estructura. El clima refleja valores, actitudes y cultura de los integrantes.

Lo más relevante en el estudio del clima organizacional se fundamenta en obtener resultados que permitan fortalecer la comunicación entre los empleados

y patrones e identificar a los individuos que poseen características propositivas, innovadoras y de liderazgo. Otros beneficios de conocer el clima de la organización es que permite evaluar si el tamaño de la empresa es el adecuado o si es necesario hacer cambios en tanto al personal con que se cuenta; también permite cimentar el sentido de pertenencia e identidad del individuo con la dinámica de la colectiva o trabajo en equipo. Sin embargo, dice Brunet “resulta difícil medir el clima, puesto que nunca se sabe muy bien si el empleado lo evalúa en función de sus opiniones personales o de las características verdaderas de la organización” (2014, p.16).

Sin embargo, es preciso aclarar que, cuando conocemos lo que los empleados necesitan entonces se puede definir bajo que condicionantes se mueven, por lo que se puede determinar que motiva o incentiva al grupo para hacer un mejor trabajo. En este sentido Zuluaga (2001) manifiesta que es preciso entender términos vinculados con el clima organizacional que se vuelven trascendentes en su estudio: *Satisfacción*, como el estado afectivo de agrado que una persona experimenta acerca de su realidad laboral. Representa el componente emocional de la percepción y tiene componentes cognitivos y conductuales. La satisfacción o insatisfacción surge de la comparación o juicio entre lo que una persona desea y lo que puede obtener. *Motivación*, posee componentes cognitivos, afectivos y de conducta. *Las preferencias*, persistencia y empeño o vigor son evidencias de los procesos motivacionales internos de una persona que se traducen en la responsabilidad, el cumplimiento, la dedicación, el esfuerzo, la productividad personal frente a la realización de las actividades laborales, y *Cultura*, que hace referencia a aquel conjunto de principios, normas, acciones y creencias, conscientes o inconscientes, que son compartidas, construidas y aprendidas por los integrantes de una organización a partir de su interacción social y que vienen a regular, a uniformizar la actuación colectiva de esa organización, logrando arraigo y permanencia.

Así, mientras el clima organizacional es un principio relativamente cambiante, la cultura organizacional supone permanencia, constancia e inercia. “El clima incide en los procesos cognitivos, en los juicios y por su intermedio en la motivación, la satisfacción y la acción. La motivación incide directamente en la acción, en el desempeño laboral y la eficiencia. La satisfacción incide en el afecto hacia el trabajo y por tanto en el ausentismo, la rotación, las quejas y los reclamos. Por su parte la cultura los afecta a todos” (Toro, 1998, p. 36)

La cultura organizacional se enfoca en la organización como un todo. Cultura organizacional, son los comportamientos que se observan de manera regular en la relación que se da entre los individuos que forman parte de una organización,

los valores dominantes aceptados, la filosofía que orienta la política de la organización hacia los empleados y los ciudadanos, las reglas del juego para moverse y progresar dentro de la organización, etc. (Peters, 1999). Por lo cual se dice que la cultura es útil e importante en cuanto a la dinámica y la eficacia, su influencia directa en el comportamiento de sus integrantes y los resultados que ofrece. En conclusión, la cultura puede ser una de las herramientas más poderosas para la gestión de una organización y es uno de los aspectos más difíciles de entender y aceptar (Mauvezin, 2011). Por su parte el clima organizacional, se enfoca en el análisis de los individuos que la componen, debido a que responden a los factores motivacionales (García, 2009). Por ello, se puede señalar que el clima organizacional da pauta a consolidar el respeto y tolerancia, puesto que cuando se entiende que aunque el grupo funciona como engranes, cada engrane tiene una forma de sentir, pensar y actuar ante las circunstancias que se le presentan.

El clima organizacional desde la visión de Likert

El clima organizacional, ha provocado gran interés como tema de investigación y se han desarrollado diversos modelos, enfoques y teorías de análisis. Para el caso que nos ocupa y dadas las condiciones y características de la organización que analizaremos, tomaremos como referencia la teoría de Likert, por ser la que consideramos, permite analizar factores pertinentes al campo de estudio de la organización pública municipal⁹.

Esta teoría establece que el comportamiento que asumen los subordinados depende directamente del comportamiento administrativo y las condiciones de la organización que éstos perciben. (Citado por Brunet, 2014). Para su análisis establece variables que definen las características propias de una organización e influyen en la percepción individual de sus integrantes, siendo estas:

1. *Variables causales o independientes* que se orientan a indicar la evolución y obtención de resultados de la organización. De entre ellos están la estructura organizativa, decisiones, competencias y actitudes.

⁹ Las organizaciones públicas son todas aquellas organizaciones que pertenecen al Estado, sean de carácter federal, estatal, municipal o de cualquier otro ámbito administrativo - gubernamental ya sea de una manera total o parcial. Son establecidas para proporcionar servicios públicos. Son entes que incumben al Estado, poseen personalidad jurídica, patrimonio y sistema jurídico propio. Para el caso de los municipios estos se representan por un ayuntamiento que es el órgano de representación popular encargado del gobierno y la administración del municipio. El ayuntamiento se elige por elección directa, en los términos establecidos en la ley orgánica municipal correspondiente y permanecen en su cargo tres años.

2. *Variables intermedias* se orientan a medir el estado interno y reflejan aspectos como la motivación, rendimiento, comunicación y toma de decisiones.
3. *Variables finales* surgen del efecto de las causales e intermedias y se orientan a establecer resultados obtenidos por la organización tales como resultados, productividad y cambios en la organización.

De la interacción de estas variables Likert determina que hay dos tipos de clima organizacional: el autoritario y el participativo. En el primero las decisiones y los objetivos se toman en la cima de la organización y se distribuyen de manera descendente, en el segundo la política y las decisiones se toman en la cima pero se permite a los subordinados tomar ciertas decisiones en niveles inferiores (Brunet, 2014).

Para Likert el clima organizacional es multidimensional, compuesto por ocho dimensiones: los métodos de mando, las fuerzas de motivación, los procesos de comunicación, la influencia, la toma de decisiones, la planificación, el control y los objetivos de rendimiento y perfeccionamiento (citado en García, 2009, p.51). Bajo estas dimensiones es que estos elementos se unen para definir el clima propio de cada organización, mismo que influye en el comportamiento de las personas dentro de ella.

El clima organizacional y su importancia en las organizaciones públicas.

El tema de la mejora en la prestación de los servicios que se ofrecen en las organizaciones municipales se ha convertido en un tema de interés en los últimos años, debido principalmente a las condiciones que a nivel internacional y nacional se han registrado. Los constantes procesos de cambio que sufren las organizaciones públicas, exponen la necesidad de contar no solo con estructuras y procesos de calidad que oferten servicios de calidad, sino también y principalmente se requiere de contar con organizaciones que se interesen en conocer el grado de satisfacción de los trabajadores, los aspectos que influyen en la productividad y en general la percepción que el factor humano tiene respecto de su organización, del cumplimiento de las acciones y de los objetivos de la organización, y del papel que como eje central desempeña dentro de ella.

Es primordial mencionar que al centrar la mirada en el tema del clima organizacional y su importancia en trabajo cotidiano en las organizaciones públicas para la prestación de servicios, se puede obtener una mejora en el trabajo y así ofrecer mejores servicios a la población. Al respecto, Evia (2011) señala que “evaluar el clima organizacional garantiza un beneficio mutuo tanto para los empleados como para los clientes externos, ya que al existir un ambiente de trabajo favorable, el rendimiento y desempeño de los colaboradores será

eficiente e impactará significativamente en la atención y la calidad de los servicios brindados a los usuarios” (citado en Bernal, Pedraza y Sánchez, 2015, p. 15).

La importancia de estudiar el clima organizacional representa ir más allá de solo analizar recursos, procesos, procedimientos, planes, programas y proyectos. Implica integrar y entender a cada uno en la dimensión que le corresponde. Requiere integrar componentes, adaptarse a cambios, establecer modelos propios de administración y de gestión que permitan obtener objetivos, resultados, propicien desarrollo. En general se necesita contar con adecuadas condiciones de trabajo y de un buen clima organizacional para lograr las metas, se optimicen recursos y se cumpla con éxito en cada una de las funciones que le toca atender.

METODOLOGÍA

La investigación que se presenta, de acuerdo con la clasificación de Zorrilla (1993), es de tipo aplicada dado que “se caracteriza por su interés en la aplicación, utilización y consecuencias prácticas de los conocimientos. Busca conocer para hacer, para actuar, para construir, para modificar” (citado en Grajales, 2000, p. 2). Es aplicada, porque se pretende obtener información que permita proporcionar beneficios al área en estudio y así proponer respuestas a la problemática que se enfrenta. Es de tipo descriptivo, como consecuencia de que muestra las condiciones generales del área y con ello pretende resolver problemáticas específicas. Al describir características de la población así como encontrar respuestas al fenómeno en estudio, y, es de tipo cuantitativa debido a que se aplicó un cuestionario que permitió la obtención de datos para el estudio y análisis de variables y así obtener resultados y conclusiones basadas en la opinión de los servidores públicos.

El diseño del cuestionario fue elaborado de tal manera que se pudiera contestar de forma sencilla y práctica por los trabajadores del Ayuntamiento. Fue diseñado con 48 preguntas, estructurado en 3 secciones: en la sección I se contemplaron datos generales y de identificación de los trabajadores, en la sección II se plantearon interrogantes sobre motivación, satisfacción, reconocimiento y trabajo en equipo y en la sección III se instrumentaron preguntas acerca de la comunicación, percepción de la organización y ambiente laboral. El cuestionario aplicado estuvo compuesto de preguntas diseñadas de acuerdo a la escala tipo Likert, donde se establecieron afirmaciones favorables y desfavorables tales como Muy de acuerdo, de acuerdo, neutral, en desacuerdo y muy en desacuerdo. Para el análisis de la información se emplearon métodos cuantitativos y estadísticos y se diseñó una base de datos en *Statistical Package for the Social*

Sciences (SPSS) versión 22, permitiendo con ello la interpretación de los resultados.

Estudio de caso

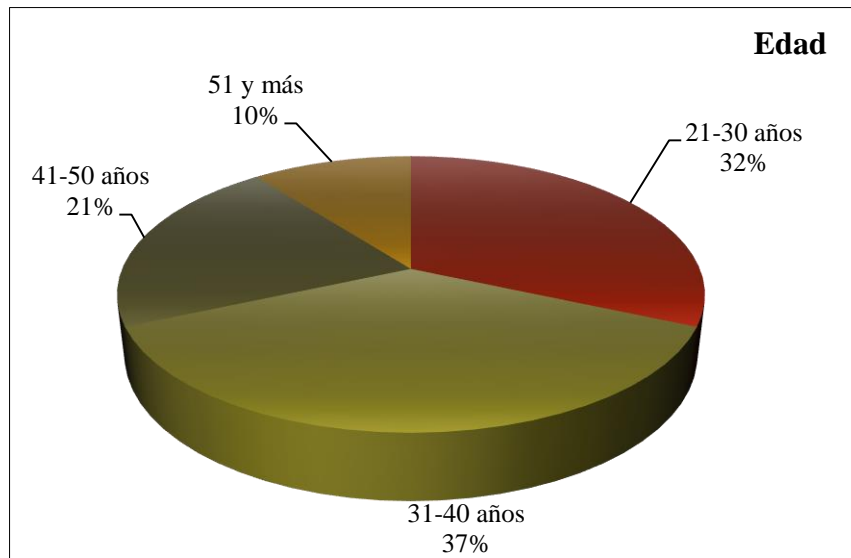
Ubicado en la parte meridional del Valle de Toluca, con una extensión territorial de 11.416 km². Mexicaltzingo es uno de los 125 municipios del Estado de México, limita con los municipios de Metepec, Chapultepec y Calimaya. De acuerdo con el censo de INEGI (2010) tenía una población de 11712 habitantes (5658 hombres y 6054 mujeres). Es un municipio básicamente de tipo urbano y fue elegido como estudio de caso, en virtud de que uno de los servidores públicos de la administración 2012-2015 y estudiante de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, en conjunto con el cuerpo académico “Estado, Gestión y Tic en las Sociedades del Siglo XXI”, desarrollaban una investigación más amplia sobre los servicios públicos municipales. Por lo que en este trabajo se presentan resultados parciales y exclusivos sobre el tema del clima organizacional.

La planta de los empleados del Ayuntamiento de Mexicaltzingo México, durante la administración 2012-2015 era de 98 empleados, para efectos del estudio en cuestión, se aplicó exclusivamente al personal dedicado a las actividades administrativas y de atención al público, correspondiendo a un total de 57 empleados. De los cuales 35, (61%) fueron del sexo masculino y 22, (39%) del femenino. Respecto de la edad se reflejan los siguientes resultados: de 21-30 años, 18 empleados, (32%); de 31-40 años 21 empleados, (37%); de 41-50 años 12 empleados, (21%); y 1 de más de 51 años, (10%) de empleados. El estado civil que mayor predomina es el casado con 33, (58%); 19, (34%) solteros; y 5, (8%) en unión libre. El grado máximo de estudios corresponde a los siguientes datos: primaria 3, (5%); secundaria 7, (12%); academia comercial 7, (12%); bachillerato 19, (35%); licenciatura 20, (34%); y posgrado 1, (2%). Contando con tipos de contratación como: confianza 32, (57%); sindicalizado 12, (21%); y eventual 13, (22%). Además la antigüedad en el empleo refleja los siguientes datos: de 1 año 3, (5%); de 1 a 5 años 31, (54%); de 6 a 10 años 8, (14%); de 11 a 15 años 14, (25%); y más de 16 años sólo 1 persona, (2%).

Con estos datos podemos observar que los más representativos son: Mayoría del sexo masculino 61%, la edad con mayor predominancia es de 31 a 40 años con 37%, como se observa en la gráfica 1; con relación al nivel de estudios se observa que predominan los estudios de bachillerato y licenciatura principalmente, (35% y 34% respectivamente), gráfica 2; con un tipo de contrato denominado de “confianza” y con una antigüedad de 1 a 5 años principalmente, (54%), gráfica 3. Estos datos reflejen las condiciones que imperaban durante esa administración

(2012-2015), situación que no necesariamente seguirá en la presente administración, (2016-2018), En virtud de que cuando cambia la administración, tradicionalmente se reconfigura la estructura de personal directivo y de confianza; por lo que se puede afirmar que solamente el 21% del personal entrevistado (sindicalizados) se encuentra laborando actualmente.

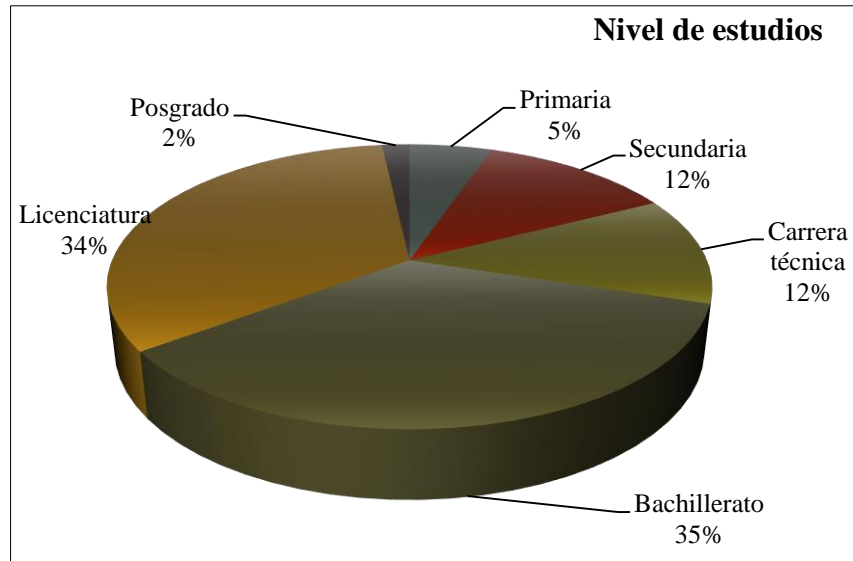
Gráfica 1, Edad



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de encuesta aplicada en el Ayuntamiento de Mexicaltzingo.

Por lo que se refiere a la edad y al nivel de estudios se observa que un 31% de la población se encuentra en el rango de más de 41 años y 29% de la población sólo cuenta con un nivel de estudios básico o carrera técnica. Se destaca además que 41% del personal cuenta con una antigüedad de más de 6 años, lo que indica que es personal que ha estado más de dos administraciones municipales trabajando en el ayuntamiento.

Gráfica 2, Nivel de estudios



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de encuesta aplicada en el Ayuntamiento de Mexicaltzingo.

El nivel académico representa un indicador importante de analizar, ya que muestra que la formación profesional puede influir en el desempeño laboral positiva o negativamente en la obtención de resultados.

Gráfica 3, Antigüedad en el trabajo



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de encuesta aplicada en el Ayuntamiento de Mexicaltzingo.

En la gráfica 3 se observa que la estabilidad y permanencia en el trabajo influye en la prestación de los servicios, ya que si no existe motivación, interés,

formación, capacitación y liderazgo, se influye en el ambiente laboral y por tanto en los resultados que se obtienen.

Una vez analizados los datos generales de la población en estudio habremos de revisar los resultados obtenidos respecto de las variables causales que determinan el avance y los resultados logrados en la organización con relación al tema del clima organizacional. En la gráfica 4 observamos lo siguiente:

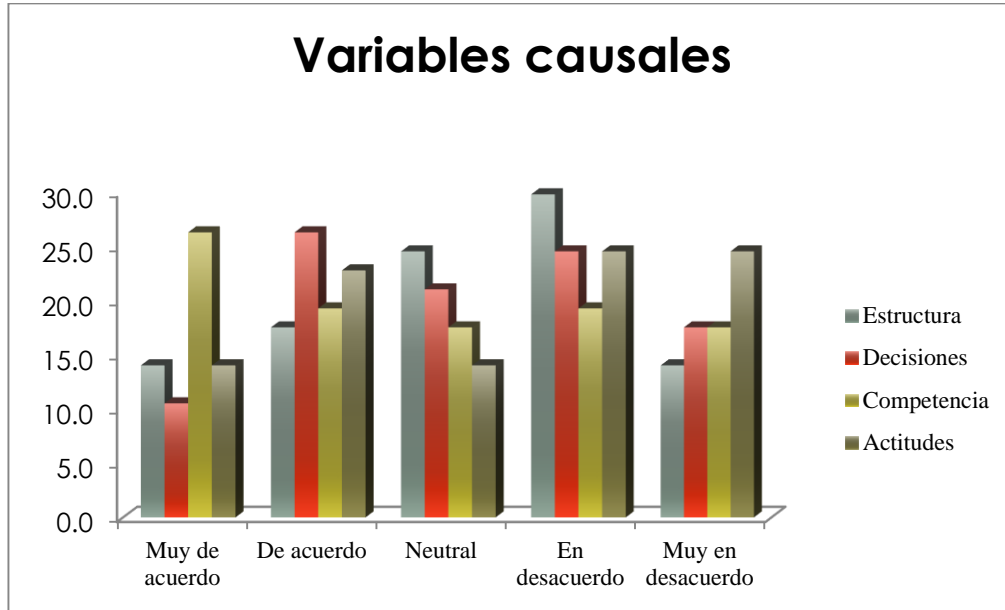
- La estructura del ayuntamiento para el desarrollo de sus funciones, de acuerdo con las opiniones emitidas del personal administrativo, muestra que: 14% de la población está muy de acuerdo con la forma que presenta esta estructura, 17.5% refleja un acuerdo, sin embargo 14.0% está muy en desacuerdo y 29.8% desacuerdo a su integración y 24.6% manifiesta una postura neutral al respecto. Situación que de inicio muestra una situación problemática ya que 43.8% de la población manifiesta una posición negativa ante la organización de la estructura administrativa.
- En cuanto a las decisiones que se toman para el cumplimiento de las actividades de la organización municipal los resultados muestran que 10.5% están muy de acuerdo, 26.3% está de acuerdo, 24.6% está en desacuerdo, 17.5% muy en desacuerdo y 21.1% en posición neutra. Situación que nuevamente muestra un alto porcentaje en la postura negativa (42.1%), con las decisiones tomadas.
- Respecto a la competencia de los empleados para atender sus actividades se tiene que 26.3% está muy de acuerdo con las capacidades de los empleados, 19.3% de acuerdo, 19.3% en desacuerdo, 17.5% muy en desacuerdo y 17.5% en posición neutral. Aquí el 36.8% de la población asume una posición de negatividad ante las competencias de los empleados.
- Para el caso de las actitudes de los empleados se observa que 14.0% está muy de acuerdo, 22.8 de acuerdo, 24.6% se considera en desacuerdo y 24.6% muy en desacuerdo, mientras que sólo 14.0% mantiene una posición neutral. En este caso 49.2% los encuestados considera que las actitudes de los empleados no son las adecuadas para atender sus actividades.

Los resultados muestran porcentajes bajos (menos del 15%) de consideración y aceptación del desarrollo de un trabajo donde la estructura, las actividades, las competencias y la toma de decisiones no son las mejores ni las más acertadas desde la perspectiva de los empleados.

En resumen, las variables consideradas causales para entender el clima de la organización muestran que: se considera que el personal administrativo cuenta con las competencias suficientes para atender su trabajo, sin embargo no lo

hacen de la mejora manera ya que sus actitudes no son la adecuadas, aunado a ello consideran que la estructura organizacional no es la más apropiada y por lo tanto las decisiones tampoco se toman de la mejor manera. Esto lo podemos observar en la gráfica 4.

Gráfica 4, Variables causales que determinan el clima organizacional



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de encuesta aplicada en el Ayuntamiento de Mexicaltzingo.

Respecto del análisis de las variables intermedias consideradas aquellas que incluyen elementos que contribuyen a determinar el clima organizacional que predomina al interior de la organización y son aquellos que se relacionan con:

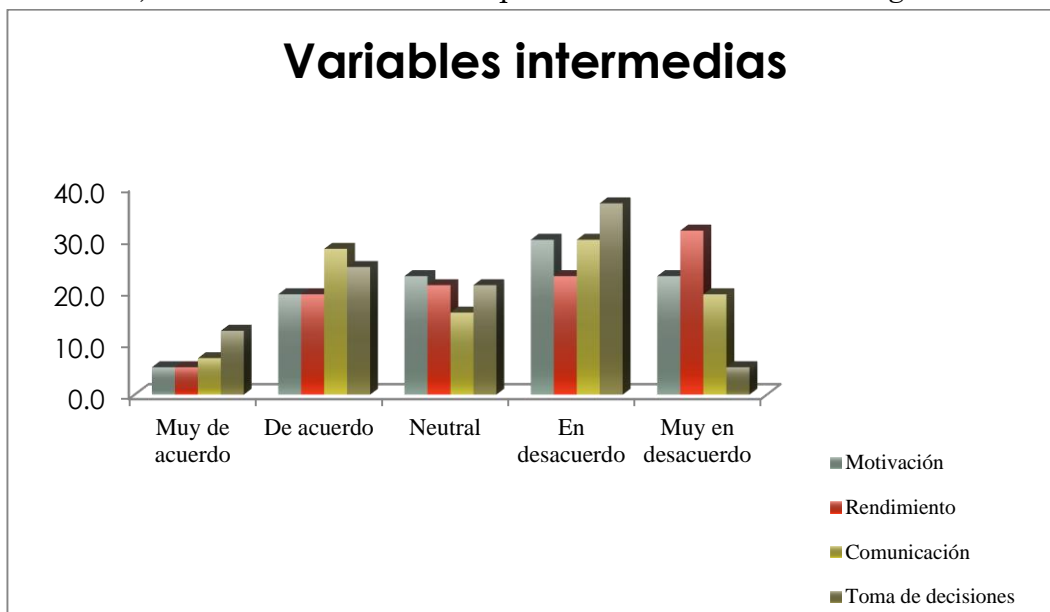
- La motivación. de los resultados obtenidos sólo 5.3% de la población está muy de acuerdo con las acciones que incentivan la motivación en el desarrollo del trabajo; 19.3% está de acuerdo; 22.8% mantiene una posición neutral; 29.8% en desacuerdo y 22.8% muy en desacuerdo. Los encuestados refieren que se encuentran en desacuerdo con relación a éste tema debido a que no se cuentan con acciones suficientes que impulsen su motivación para desarrollar de la mejor forma su trabajo.
- El rendimiento. Es uno de los factores que como consecuencia del clima organizacional puede reflejar si es adecuado o requiere de atención especial. Para conocer que se opina al respecto presentamos los resultados, solo el 5.3%, está muy de acuerdo, 19.3% de acuerdo, 21.1% mantiene una posición neutral, 22.8% en desacuerdo y 31.6% muy en desacuerdo con el rendimiento en las actividades del ayuntamiento.

- La comunicación. Otro de los factores básicos para contar con un clima organizacional adecuado en la organización refleja que 7.0% están muy de acuerdo, 28.1% de acuerdo, 15.8% mantienen una posición neutral, 29.8% se encuentra en desacuerdo con el sistema y 19.3% está muy en desacuerdo.
- La toma de decisiones. Es finalmente el proceso que resulta de las diversas acciones que se llevan a cabo en el ayuntamiento y en lo que se refiere a la opinión de los encuestados nos encontramos que 12.3% refiere estar muy de acuerdo, 24.6% de acuerdo, 21.1% en posición neutral, 36.8% en desacuerdo con la forma en que se toman las decisiones y 5.3% están muy en desacuerdo, lo que refleja una situación dispersa de opiniones.

En este apartado se muestra claramente que la motivación, el rendimiento, la comunicación y la toma de decisiones presentaron porcentajes de menos del 10% de aceptación y reconocimiento.

Con relación a estas variables en la gráfica 5 se observa un clima complicado debido a que los empleados refieren una situación compleja dado que la población no se siente suficientemente motivada para desempeñar su trabajo y por lo tanto el rendimiento en las actividades que se desarrollan tampoco son adecuadas y en lo que se refiere al sistema de comunicación manifiestan también un descontento con lo que se lleva a cabo y como resultado final cuestionan la toma de decisiones dentro de la organización.

Gráfica 5, Variables intermedias que determinan el clima organizacional



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de encuesta aplicada en el Ayuntamiento de Mexicaltzingo.

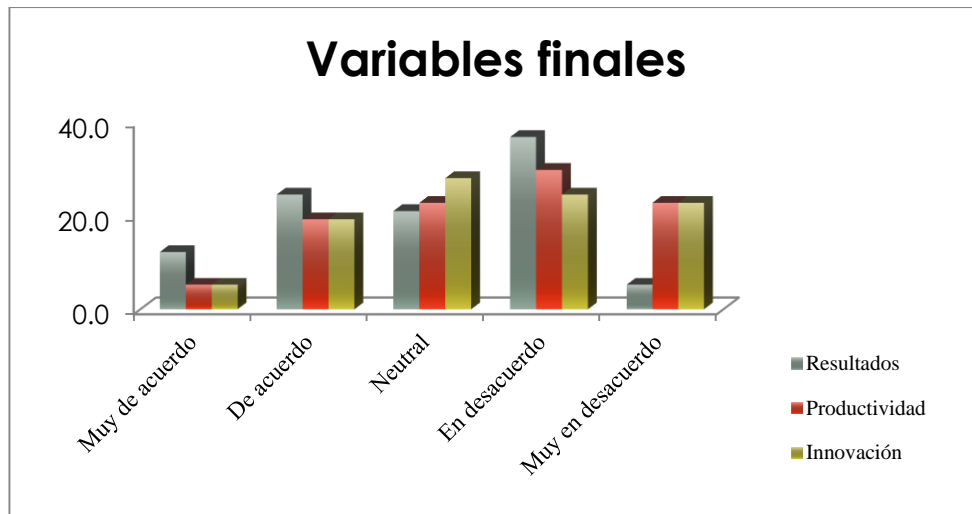
Finalmente analizaremos las variables consecuentes de las dos anteriores donde se reflejan los resultados, la productividad y la innovación que se manifiesta en el desarrollo de las actividades cotidianas de la organización, al respecto tenemos lo siguiente:

- Para los resultados que se obtienen en la gestión de la organización, la población encuestada manifiesta que sólo 12.3% está muy de acuerdo, 24.6% de acuerdo, 36.8% en desacuerdo y 5.3% muy en desacuerdo. Además de un 21.1% que mantiene una posición neutral.
- El tema de la productividad que se observa en la organización tenemos que 5.3% está muy de acuerdo, 19.3% de acuerdo, 29.8% se considera en desacuerdo con el tema y 22.8% muy en desacuerdo y 22.8% en posición neutral.
- En cuanto al tema de la innovación en las acciones que se desarrollan 5.3% está muy de acuerdo, 19.3% de acuerdo, 24.6% en desacuerdo, 22.8% muy en desacuerdo y 28.1% se mantiene neutral.

En este apartado se muestra que los resultados, productividad e innovación presentan porcentajes mínimos de aceptación, situación resultante de las condiciones dadas en las variables causales e intermedias. Por lo que afirmamos que si hay concordancia entre la percepción de los empleados y los resultados que se obtienen.

En resumen, aquí podemos observar a manera de resumen que sólo 22.9% de los encuestados están muy de acuerdo con los temas referidos y por su parte 50.9% están muy en desacuerdo con la situación, tal como se observa en la gráfica 6.

Gráfica 6, Variables finales que determinan el clima organizacional



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de encuesta aplicada

en el Ayuntamiento de Mexicaltzingo.

En este apartado los resultados obtenidos reflejan las condiciones que permean de manera general en la organización y los resultados que se obtienen, se observa que 42.2% de la población opina que se obtienen resultados muy pobres y 52% opina que existe poca productividad.

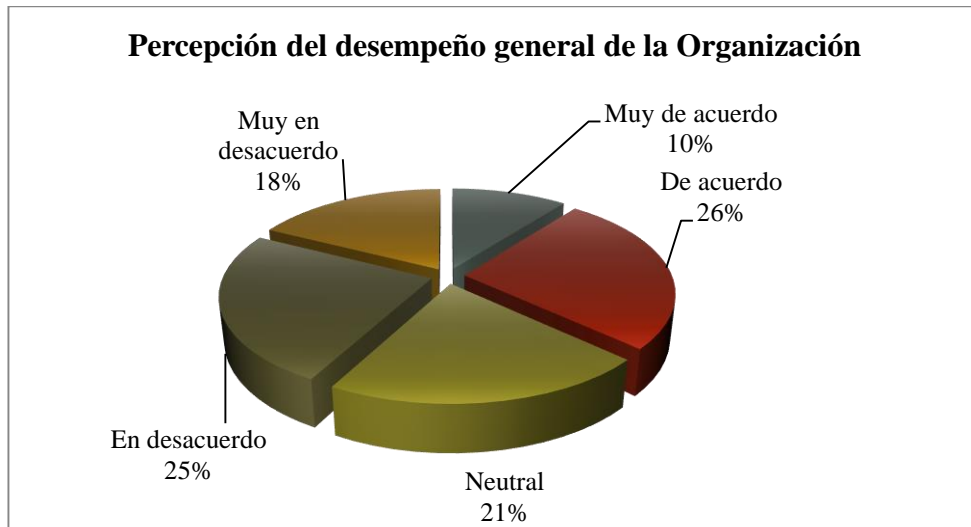
Otros elementos que se pudieron observar como resultado de la encuesta son aquellos que se relacionan con la percepción que en general se tiene de la organización y que de alguna forma reflejan la cultura organizacional de los empleados del gobierno municipal. Y son justo los que se expresan a través de la identificación con los valores de la organización, donde 7.0% está muy de acuerdo con ellos, 17.5% de acuerdo, 31.6% asume una posición neutral, pero el 22.8% está en desacuerdo y 21.1% muy en desacuerdo. En cuanto al sentimiento de que existe el cumplimiento de compromisos adquiridos entre autoridades y empleados se percibe la siguiente situación: 12.7%, muy de acuerdo, 21.8%, de acuerdo, 12.7%, mantiene una posición neutral, 21.8%, en desacuerdo y 30.9% muy en desacuerdo.

Finalmente se considera un aspecto que representa el punto clave en relación a la actitud y el desarrollo de las funciones de los empleados y es el que indica la percepción de sentirse orgulloso de trabajar en la organización municipal. Al respecto se obtuvieron los siguientes datos: 12.3%, está muy de acuerdo, 14.0%, de acuerdo, 38.8%, mantiene una posición neutral, 22.8%, en desacuerdo y 14.0% muy en desacuerdo.

Además de que se cuestionó la percepción que en general se tiene del desempeño de la organización en cuanto a la atención que se brinda a la ciudadanía en la prestación de los diversos servicios públicos que le corresponden, observándose un mayor desacuerdo con 43%, 21% con una posición neutral y solo 36% se asume de acuerdo con el desempeño.

Un tema que vale la pena mencionar es la posición neutral que asumieron los empleados, debido a que se visualiza como una indiferencia respecto de lo que pasa dentro de la organización, de sus actividades y de sus resultados. Sin duda representa un alto porcentaje de la población que se mantiene al margen y que se involucra poco o nada en las acciones y en el trabajo para cumplimiento de los objetivos del ayuntamiento.

Gráfica 7, Percepción del desempeño de la organización



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de encuesta aplicada en el Ayuntamiento de Mexicaltzingo.

En resumen se puede visualizar una situación complicada y crítica respecto de la percepción del clima organizacional dado que sus integrantes se mantienen indiferentes y poco participativos en el desarrollo de las actividades cotidianas del ayuntamiento. Las condiciones laborales que se observan muestran no solo la dificultad que se enfrenta día con día, sino también el poco interés que se ha puesto en el tema en éste tipo de organizaciones. No omitimos mencionar que al aplicarse la encuesta en la recta final de la administración municipal pudo haber sido un factor determinante en los resultados obtenidos, pero sirven de mucho para atender en la administración siguiente.

Reflexiones finales

Valorar el clima organizacional en la actualidad representa un elemento básico para el desarrollo de las actividades cotidianas de las organizaciones, dado que ello permitirá a las autoridades y directivos contar con una visión integral de lo que se tiene y de lo que se quiere lograr para la misma. Visualizar el futuro de las organizaciones implica no solamente contabilizar los recursos disponibles y plantear objetivos, requiere además conocer las necesidades y sentimientos del personal que contribuirá al logro de ese futuro planeado y deseado.

Las organizaciones al estar integradas por personas que día con día viven los cambiantes, complejos y dinámicos escenarios del ambiente organizacional, se constituye en el fenómeno elemental para entender y buscar soluciones a los problemas y a las actividades que cada organización representa.

Contar con un diagnóstico del clima organizacional implica conocer como estamos, pero además proporciona elementos acerca de los procesos que afectan el comportamiento organizacional y permite desarrollar planes de mejoramiento orientados al cambio de actitudes y conductas de los integrantes de la organización a través de mejorar factores diagnosticados, a fin de elevar la motivación y rendimiento, incluso, algunas de las herramientas examinan las causas y permiten a los encuestados plantear sus propias soluciones. Estudiar el clima organizacional aporta información adecuada para lograr una gestión integral que genere cambio y resultados eficientes, efectivos y de calidad para los ciudadanos que corresponda.

Para el ayuntamiento en estudio, queda claro con los resultados obtenidos en la encuesta, que hace falta trabajo y compromiso para atender las carencias que se tienen, si bien es cierto que un ayuntamiento posee características propias, es preciso comentar que por el tipo de institución de que se trata, el trabajo debería ser aún más directo, responsable y comprometido con la sociedad, en virtud de que la gran mayoría de los integrantes de la comunidad son personas cercanas a la comunidad, conviven y gozan de los mismos servicios y dada la cercanía y proximidad entre gobernantes, líderes o directivos con los ciudadanos el trato y desempeño del trabajo es mayormente cuestionado y por tanto debe ser mayormente atendido.

Para el caso de los ayuntamientos, hay que tener presente que es la sociedad quien la limita la condiciona y transforma al trabajo de la organización, ya que la relación e interacción es constante y permanente. De ahí que los esfuerzos que se hagan implicaran su permanencia en el medio y en la aceptación de la población. Los esfuerzos para mejorar la vida laboral dentro del ayuntamiento deberán constituir una tarea coordinada, responsable y sistemática para proporcionar a sus trabajadores una oportunidad de mejorar en sus puestos y en general contribuir a la institución en un ambiente de mayor profesionalismo, confianza y respeto. Así como en otros tiempos se ha dado importancia a temas de la calidad, eficiencia, eficacia y satisfacción de los ciudadanos, es necesario no descuidar el tema del “ser humano” de sus necesidades, condiciones y requerimientos para con ello visualizar de manera integral a los componentes de las organizaciones, de tal forma que los resultados que obtengan sean positivos y vayan en busca de mejorar las condiciones de la población y de la organización.

BIBLIOGRAFÍA

- Barba, A. (2002). *Calidad y cambio organizacional: ambigüedad, fragmentación e identidad*. El caso del LAPEM de CFE. México. UAM-CFE.
- Berger, L. P. (2001). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu editores. Disponible en <https://zoonpolitikonmx.files.wordpress.com/2014/09/la-construccion-social-de-la-realidad-berger-luckmann.pdf>. [2015, 3 de Marzo].
- Bernal, G. I., Pedraza, M. N. & Sánchez, L. M. (2015). El clima organizacional y su relación con la calidad de los servicios públicos de salud: diseño de un modelo teórico. *Estudios Gerenciales*, 31(134), 8-19. Disponible en http://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/1920. [2016, 5 abril].
- Brunet, L. (2014). El clima de trabajo en las organizaciones. Definición, diagnóstico y consecuencias. México. Trillas.
- Campbell, J. (2004). *Institutional Change and Globalization*. Princeton. University Press.
- Etzioni, A. (1994). *Organizaciones Modernas*. México. Noriega Editores
- García, S. M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una Aproximación Conceptual. *Cuadernos de Administración*, 25 (42), 43-61. Disponible en http://cuadernosdeadministracion.univalle.edu.co/index.php/cuadernos_admin/article/view/695 . [2016, 3 de marzo].
- Grajales, T. (2000). *Tipos de investigación*. Disponible en <http://tgrajales.net/investipos.pdf>. [2016, 7 de febrero].
- INEGI (2010). Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática. Disponible en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=15>
- March, J. G. y Olsen, J. P. (1997). *El redescubrimiento de las instituciones. La base organizativa de la política*. México. Fondo de Cultura Económica. Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública. A. C. Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Mauvesin, G. (2011). *La cultura organizacional*. Disponible en <http://vlex.com/vid/gaston-mauvezin-cultura-organizacional-79449628>. [2015, 15 de junio].
- North, D. C. (1993). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. México. FCE.

- Peters, G. (1999). *Comparative Politics: theory and methods*. Basingtoke. Macmillan.
- Prats, J. (2016). Asociación Internacional para la Gobernanza, la Ciudadanía y la Empresa. Disponible en <http://www.aigob.org/instituciones-y-organizaciones-desarrollo-organizacional-y-desarrollo-institucional/>. [2016, 27 de marzo].
- Toro, Á, F. (1998). Distinciones y relaciones entre clima, motivación, satisfacción y cultura organizacional. *En: Revista Interamericana de Psicología Ocupacional Vol. 17 No 2, 1998, p. 36x*.
- Zuluaga, R. M. (2001). Clima Organizacional. Colombia. República de Colombia departamento administrativo de la función Pública.