Reinventándose para la Competitividad Post-Covid-19

COORDINADORES

JOSÉ SÁNCHEZ-GUTIÉRREZ
PAOLA IRENE MAYORGA-SALAMANCA

Photo by Fusion Medical Animation on Unsplash

Reinventándose para la Competitividad Post-COVID-19

Primer edición, 2021

D.R © 2021, Red Internacional de Investigadores en Competitividad

Editado por: Sánchez-Gutiérrez José y Mayorga-Salamanca Paola Irene

ISBN: 978-607-96203-0-10

ISBN: 978-607-96203-0-10

Photo by fakurian-design-u8Jn2rzYIps-unsplash

PRÓLOGO

Bajo las condiciones de pandemia que se han presentado en el mundo desde 2020 hasta fines de 2021, se han detectado nuevas estrategias y modelos de hacer negocios, originado por la virtualidad, donde la inteligencia artificial ha tenido un fortalecimiento conjuntamente con la analítica y big data, creando y abriendo nuevas oportunidades en los mercados y en sistemas más flexibles y esbeltos en la generación de alternativas de valor.

Estas nuevas realidades se presentan en el libro, para ello, se hacen estudios de calidad de vida en los observatorios, los impactos de la inversión extranjera directa en países latinoamericanos, los efectos resilientes en la gestión de los restaurantes, en zonas turísticas rurales y como fuente de ventaja competitiva, qué impactos en el desarrollo se han generado por la política comercial en América Latina, las mejoras de productividad en diversas industrias, además de la cooperación en unidades de producción hortícola, efectos de la digitalización en la industria cervecera, estudios de clústers, la mercadotecnia en la industria del té, efectos de sucesión, la competitividad en comunidades de España, las capacidades tecnológicas en mipymes, así como estudios de éstas desde la ecología organizacional, por otro lado, las brechas competencias laborales y la Resiliencia y endomarketing en el sector electrónico.

Como segunda parte del texto, se incluyen dentro de la educación, gestión del conocimiento y creación de valor, estudios sobre las incapacidades que inhiben la gestión del conocimiento en miýmes, la producción científica en la investigación educativa, los mapas mentales como estrategia inteligente en educación superior, los impactos del covid en la educación en México, la percepción de la calidad en la educación durante covid, así como la deserción escolar, la aplicación del balance scorecard en educación, la gestión del conocimiento en la industria de autopartes y en la competitividad de las universidades, así como el desempeño organizacional, por otra parte trabajos sobre la incidencia de actitudes y factores socio afectivos en el aprendizaje del inglés, estudios sobre la gamificación de la educación superior, estudios de seguimiento de egresados, para finalizar estos tópicos con el modelo de competencias docentes, todos ellos considerando los efectos que en la competitividad se generan por las variables ya citadas.

En relación con el tercer capítulo, se analizan las estrategias financieras, el emprendimiento, la cadena de suministro y la perspectiva de la era digital, para ello se realizan análisis de los esquemas de contribución definida en los planes de pensiones, la propuesta para optimizar el capital en el subsector de la construcción, los impactos del comercio electrónico como factor de reactivación económica en los minoristas afectados por el covid, aplicación de TICs para reactivación económica, estudios sobre

fusion-medical-animation-npjP0dCtoxo-unsplash

el riesgo empresarial y la rentabilidad del sector servicios, por otro lado, los precios de acciones de empresas que cotizan en BMV, los impactos de la industria 4.0 en la cadena de suministro, además de los efectos de los flujos de efectivo en la tasa de crecimiento, el endeudamiento y educación financiera, análisis de productos financieros para líneas de crédito de jóvenes, los factores clave en las importaciones de papaya por parte de EU, añadiendo estudios acerca del emprendimiento femenino, los factores estratégicos de mejora en cadena de suministro y las características socio culturales y género en el emprendimiento.

Como siguiente capítulo se realiza sobre la competitividad global, para ello se efectúan estudios psicosocial de la innovación cinematográfica, las causas de cierre de mipymes en Tecomán, los niveles de satisfacción al consumidor en los restaurantes del norte de México, La gestión del conocimiento en la banca, la influencia de la inteligencia emocional en el cambio organizacional en sector comercio, los impactos de la agricultura digital después del covid, estudios sobre los indicadores de competitividad en la industria automotriz, así como el trabajo home office en la productividad y competitividad de las empresas, trabajos sobre la robótica y automatización con base en ciclo de vida, efectos de la digitalización y competitividad, así como la desconexión digital, agregándose estudios sobre la integración económica y transformación productiva, la resiliencia organizacional en empresas de TICs, además de las diferencias en competitividad del ejercicio de la contaduría pública, la fiscalización en el ejercicio del gasto, la competitividad vs productividad y estrategia.

Dentro del cuarto capítulo con la temática de la innovación, tecnología y datos, se inicia con trabajos sobre las capacidades de innovación en la competitividad de las mipymes, la triple hélice como impulsor de transformación digital, la innovación sectorial y la desigualdad tecnológica, los estilos de comportamiento lifo en mipymes, la innovación y sus oportunidades de mercado de alimentos, las redes de innovación de la BlackBerry, añadiendo estudios la evolución de la web en la industria 4.0, aproximaciones a la construcción teórica de ATLAS.Ti, estrategias de innovación en sector comercio.

Finalmente, se agregan estudios sobre la temática de la responsabilidad social, sustentabilidad y la equidad de género, iniciando con estudios acerca de cómo la responsabilidad social afecta el desempeño en la BMV, el turismo en adultos mayores antes, durante y después de pandemia, las realidades de la sustentabilidad y rendición de cuentas, la responsabilidad social universitaria, la sostenibilidad en la industria geotérmica, además de indicadores de referencia para la gestión integran de la RSU, estudios bibliométricos de estereotipos femeninos en la publicidad, la competitividad y sustentabilidad en sistemas ganaderos de Colombia, análisis de la teoría de las capacidades para la pobreza alimentaria, la agricultura orgánica y el comercio internacional para la sostenibilidad del

fusion-medical-animation-npjP0dCtoxo-unsplash

sector frutícola, para finalizar con la construcción de la identidad femenina desde la publicidad, la contaminación ambiental como factor de influencia en el WOM y se concluye con el estudios de la RSCV como elementos de la imagen organizacional.

Todos los estudios y análisis que se presentar en este libro, son producto de investigaciones formales que se han desarrollo en los últimos años por académicos, cuya pretensión principal es mostrar los avances en la gestión del conocimiento en la frontera del mismo, para seguir agregando valor a la comunidad donde realizan estos trabajos, con un impacto social.

Dr. José Sánchez Gutiérrez
Presidente de RIICO

Dra. Paola Irene Mayorga Salamanca
Secretaria Técnica

fusion-medical-animation-npjP0dCtoxo-unsplash

ÍNDICE

VENTAJA COMPETITIVA Y DESARROLLO ECONÓMICO

La mejora de calidad de vida a través de los observatorios 1
Breatiz Martinez-Carreño y Maria Isabel Garrido-Lastra

Determinantes de la inversión extranjera directa,1990-2019:Un análisis de países latinoamericanos 16
Francisco Javier Ayvar-Campos, Jose Cesar Lenin Navarro-Chavez y Enrique Armas-Arévalos

Efecto resiliente de una gestión vinculada a la planificación y dirección estratégicas en restaurantes en México 36
Maria Teresa Arana-Soberanes, Luis Rocha-Lona y Rosa Amalia Gomez-Ortiz

El impacto de la política comercial en América Latina y su impacto en el desarrollo 49
Jorge Pelayo-Maciel, Hector Ramon Casillas-Alvarez y Tania Elena Gonzalez-Alvarado

Mejora de la productividad de la industria del sombrero en la región de Tehuacán aplicando DMAIC-Six Sigma 64
Ramon Garcia-Gonzalez, Jose Antonio Paredes-Castañeda y Geovanni Elias Casas-Dominguez

Productividad y producción del ingreso en la era del conocimiento 85
Beatriz Edith Vazquez-Becerra, Patricia Nuñez-Martinez y Javier Orozco-Alvarado

Perspectiva del desarrollo local en México: diseño y hallazgos a partir de la construcción del índice de la agenda para el desarrollo municipal 103
Carolina Mateo-Mejia, Enrique Armas-Arevalos y Miguel Angel Bautista-Hernandez

Cooperación y geolocalización en unidades de producción hortícola de Zacatecas 124
Luz Evelia Padilla-Bernal, Alfredo Lara-Herrera y Alberto Velez-Rodriguez

Una mirada a la resiliencia organizacional como fuente de ventaja competitiva 143
Irene Juana Guillen-Mondragon, Araceli Rendon-Trejo y Andres Morales-Alquicira

Cambios en las preferencias de los consumidores y adopción de la digitalización en la industria cervecera mexicana 163
Andres Morales-Alquicira, Irene Juana Guillén-Mondragon y Araceli Rendon-Trejo

Competitividad de las pymes en entornos hostiles: el caso de superercados La Salve, comunidad de Castilla y León,España 183
Arcadio Gonzalez-Samaniego, Maria Soledad Ramirez-Flores y Marco Alberto Valenzo-Jimenez

La mezcla de mercadotecnia como instrumento para evaluar la competitividad de la industria del té tradicional en Uruapan, Michoacán 204
Juan Carlos Jeronimo-Niniz, Mayra Araceli Valencia-Lopez y Silvano Roque-Velazquez

Identificación del posicionamiento competitivo del cluster de turismo de salud en Tijuana 218
Martha Alicia Rodriguez-Medellin, Dayam Guerrero-Pulido y Juliana Cervantes-Castro

Identificación y preparación del sucesor un área de oportunidad para el exito en empresas familiares de Monclova, Coahuila 239
Laura Leticia Gaona-Tamez, Rosa Hilda Hernandez Sandoval y Blanca Estela Montano-Perez

Capacidades tecnológicas y apropiación del conocimiento en las mipymes de Salamanca.¿Resultado de la contingencia por covid-19? 254
Maria Merces Leon-Sanchez, Osvaldo Rodriguez-Villalon y Judith Banda-Guzman

Zona turística rural y sistemas adaptativos en Mexico: resilencia y desarrollo local 271
Pilar Morales-Valdez, Tania Elena Gonzalez-Alvarado y Pablo Cabanelas-Lorenzo

Supervivencia de las MiPymes mexicanas ante la pandemia COVID-19 desde el enfoque de la teoría de la ecología organizacional 291
Cinthya Karina Camacho-Sotelo

Brechas de competitividad laboral en función de la escolaridad en México durante el Gran Confinamiento 311
Carlos Estrada-Zamora y Antonio de Jesus-Vizcaino

Transnacional del sector electrónico que opera en Jalisco: resiliencia y endomarketing 330
Francia Contreras-Garcia, Tania Elena Gonzalez-Alvarado y Jose Cabanelas-Omil

EDUCACIÓN, GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y CREACIÓN DE VALOR

Incapacidades de aprendizaje que impiden la generación de conocimiento organizacional en las MiPymes de la Región Centro de Coahuila 350
Glenda Lila Suárez-Rodríguez, Ma. Zóchitl Araiza-Garza y Martha Carolina Sierra-Herrera

Producción científica en Investigación Educativa.El caso de la Universidad Pedagógica Nacional en la Ciudad de México 369
Rosa Amalia Gómez-Ortíz, María Fernanda Trejo-Carrillo y Patricia Ruth Ávila-Gómez

Mapas mentales, otra estrategia de aprendizaje inteligente para estudiantes de nivel medio superior y superior 384
María del Carmen Molinero-Bárcenas, Ubaldo Chávez-Morales y Alberto Lara-Guevara

Impacto COVID-19 en la educación en México: similitudes y diferencias en la literatura y los resultados obtenidos en la encuesta (ECOVID-ED) 2020 406
Mariana Calderón-Palencia, Ismael Loza-Vega y Sergio Castellanos-Gutiérrez

Percepción de la calidad educativa por parte de estudiantes de la UMSNH durante el COVID-19 424
Miguel Ángel Bautista-Hernández, José Herrera-Camacho y Guillermo-Salas Razo

"Balanced Score Card", factor clave en la toma de decisiones de una institución de educación superior 439
Luis Horacio Salas-Torres, Leonor Gutiérrez-González y Cesar Barboza-Lara

Compromiso Organizacional y la Gestión del Conocimiento en el Sector de Autopartes 457
Silvia Mata Zamores, María Guadalupe Martínez Alba y Gonzalo Maldonado Guzmán

Deserción escolar en alumnos de la Universidad Michoacán de San Nicolás de Hidalgo. La experiencia de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de Michoacán, México 473
María del Pilar Meza-Bucio, Gustavo Alfonso Gutiérrez-Carreón y Moisés Salvador Becerra-Medina

Factores que contribuyen a la supervivencia del sector turismo a partir del impacto del covid-19 485
Yuselim Angelica Villa-Hernández, Virginia Hernández-Silva y Salvador Madrigal-Moreno

Incidencia de las actitudes, factores socio-afectivos y facultades cognoscitivas en el aprendizaje del idioma inglés 504
David Campa-Elizondo,José Antonio Martínez-Villalba y Gerardo Yáñez-Betancourt

La gestión de conocimiento y su aporte a la competitividad de las universidades.Un acercamiento desde el análisis bibliométrico. 522
Antonio de Jesus-Vizcaino

Gamificación en la educación superior: el impacto de los cuestionarios gamificados como escenario de aprendizaje en tiempos de COVID-19 539
Salvador Antelmo Casanova-Valencia y Rigoberto López-Escalera

Análisis de las variables e indicadores para el estudio de seguimiento a egresados en áreas económico administrativas 550
Ma.Hilda Rodales-Trujillo y Mario Chavez-Zamora

Factores que afectan el correcto desarrollo del Modelo por Competencias docentes del TecNM 560
Flor María Valtierra-Nuci, Dalia Guadalupe Aguilar-Maya y Juan Carlos Jerónimo-Niniz

La gestión del conocimiento y el desempeño de la organización, una visión dialéctica 576
José Alfredo Flores-Mayoral

ESTRATEGIAS FINANCIERAS, EMPRENDIMIENTO, CADENA DE SUMINISTRO Y ERA DIGITAL

Esquemas de contribución definida colectivos como alternativa de planes de pensiones para instituciones públicas o privadas 592
Denise Gómez-Hernández y Michael-Demmler

Una propuesta metodológica para determinar la estructura óptima del capital en el sub sector de la construcción 612
Humberto Banda-Ortiz, Luis Miguel Cruz-Lázaro e Ignacio Almaraz-Rodríguez

El comercio electrónico como alternativa para la reactivación económica en el sector minorista mexicano afectado por el COVID-19 627
Ignacio Santillán-Luna, J. Jesús Ceja-Pizano y Diana Aguirre-Contreras

El confinamiento, reto para las pymes mexicanas: aplicando estrategias de tics para la reactivación económica 647
Diana Aguirre-Contreras, J. Jesús Ceja-Pizano e Ignacio Santillán-Luna

El riesgo empresarial y la rentabilidad en las empresas del sector de servicios en México 666
Juan Gaytán-Cortés, Gabriel Salvador Fregoso-Jasso y Juan Antonio Vargas-Barraza

Precio de las acciones de empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y su relación con el aumento de casos COVID-19 685
Ismael Loza-Vega, Sergio Castellanos-Gutiérrez y María Guadalupe Haro-Lomelí

El impacto de la industria 4.0 en la cadena de suministro: una revisión de literatura 700
Marco Alberto Valenzo-Jiménez, Víctor Béjar-Tinoco y Jaime Apolinar Martínez-Arroyo

Estado de flujos de efectivo: un análisis con enfoque en la tasa de crecimiento 719
Jesús Iván Aguilar-Grimaldo, Gerardo Yañez-Betancourt y Werner Horacio Varela-Castro

Endeudamiento, consumo y educación financiera en Morelia, Michoacán, México 735
Carlos Francisco Ortiz-Paniagua, Esmeralda Dafné Velázquez-Herrera y Zoe T. Infante-Jiménez

Análisis de un producto financiero: factibilidad de línea de crédito para adultos jóvenes 754
Renato Francisco González-Sánchez, Juan Alfredo Lino-Gamiño y Sergio Felipe López-Jiménez

Factores determinantes de las importaciones de papaya de EE. UU. Provenientes de México,1990-2019 774
Zoe Tamar Infante-Jiménez y Alejandro Javier López-Villaseñor

Emprendimiento femenino: ¿Necesidad u Oportunidad? 790
Lázara Yamila Castillo-García, Yuriany Salgado-Barrizonte y Alejandro Campos-Sánchez

Factores estratégicos que mejoran la calidad de la cadena de suministro de la industria cárnica en México 810
Juan Luis Garza-Castro, Mónica Blanco-Jiménez y María Mayela Terán-Cazares

Comportamientos socio culturales y el género como factores clave para el espíritu emprendedor,un análisis al GEM 829
Lizbeth Estefanía Gutiérrez-Rodríguez, Kurt Tonatiuh Winkler-Benítez y Alejandro Campos-Sánchez

COMPETITIVIDAD GLOBAL

Joker: análisis psicosocial de una innovación cinematográfica 847
Riccardo Sironi

Factores de Cierre de las PyMEs en la ciudad de Tecomán, Colima 868
Hugo Martín Moreno-Zacarías, Óscar Mares-Bañuelos y Martha Beatriz Santa Ana-Escobar

La satisfacción del cliente como variable mediadora en la industria restaurantera del norte de México 885
Christian Reich-López, María Mayela Terán-Cázarez y Mónica Blanco-Jiménez

Impact of the practices of knowledge management in the organizational performance: case banking sector in Mexico 907
Claudia Leticia Preciado-Ortiz e Ismael Loza-Vega

Influencia de la inteligencia organizacional en un proceso de cambio organizacional en empresas comerciales del AMG 926
Luis Alberto Bellon-Álvarez, Araceli Duran-Hernández y Francisco Javier López-Cerpa

Beyond the Covid 19: Acceleration of digital agriculture and global berries competitiveness 946
Alejandra Rosales-Soto, Ricardo Arechavala-Vargas y Bernardo Jaen-Jimenez

Indicadores de Competitividad de la Industria Automotriz de México, 2005-2020 964
Joel Bonales-Valencia, Carlos Francisco Ortiz-Paniagua y Miguel Ángel Bautista-Hernández

Impacto del "Home office" en la productividad y competitividad de las empresas a raíz de la pandemia COVID-19 984
Areli Marcela Ibarra-Muñoz, Werner Horacio Varela-Castro y Gerardo Yañez-Betancourt

Clúster de Robótica y automatización en Aguascalientes, nivel de desarrollo con base en su ciclo de vida y tipología 1004
Bogar García-Martínez, Roberto González-Acolt y Manuel Díaz-Flores

Digitalización y competitividad. La industria de alimentos procesados en la pandemia 1023
Araceli Rendón-Trejo,Yareli Morales-Rendón e Irene Juana Guillén-Mondragón

Integración económica, transformación productiva y limitaciones para la competitividad del clúster textil de Medellín (Colombia) 1045
Luz Amalia Medina-Jiménez

Desconexión digital: derecho de los trabajadores y responsabilidad de los patrones, en la competitividad POS-COVID-19 1061
Ma. De los Ángeles Briseño-Santacruz, Werner Horacio Varela-Castro y María Olivia Castro-Solano

Precursores del potencial de resiliencia organizacional; en empresas de TIC en MTY durante la crisis ocasionada por el SARS-COV-2 1082
Irving Alberto Varela-Bedolla, Joel Mendoza-Gómez y Werner Horacio Varela-Castro

Contrastes de la competitividad en el ejercicio profesional de contadores públicos independientes 1096
María Eugenia De la Rosa-Leal y Juan José Gracida-Romo

Efecto de la fiscalización con la eficiencia en el ejercicio del gasto. Un análisis aplicado a las entidades federativas de México 1116
César Omar Mora-Pérez

Competitividad, Productividad y Estrategia 1130
Jaime Apolinar Martínez-Arroyo, Marco Alberto Valenzo-Jiménez y Angélica Guadalupe-Zamudio

INNOVACIÓN,TECNOLOGÍA Y DATOS

Influencia de las capacidades de innovación en los factores de cambio en la competitividad de la mipyme manufacturera en Aguascalientes 1149
Alba Rocío Carvajal-Sandoval, Octavio Hernández-Castorena y Braulio Adriano-Rodríguez

Análisis de modelo de gestión triple hélice como impulsor de la transformación digital en el Valle de Tecomán, Colima, México 1164
Oscar Mares-Bañuelos, Hugo Martin Moreno-Zacarías y Arquímedes Arcega-Ponce

Innovación Sectorial y Desigualdad Tecnológica en el Sector Manufacturero 1184
Emma Frida Galicia-Haro, Ana Lilia Coria-Páez e Irma Cecilia Ortega-Moreno

Estilos de Comportamiento lifo en las MiPymes como estrategia pos-covid 1201
Blanca Estela Montano-Pérez, Laura Leticia Gaona-Tamez y Gabriel Aguilera-Mancilla

Oportunidades de mercado para la innovación de alimento funcional 1214
Irma Cecilia Ortega-Moreno, Emma Frida Galicia-Haro y Ana Lilia Coria-Páez

Redes de Innovación de la BlackBerry 1234
Zoe T. Infante-Jiménez y Priscila Ortega-Gómez

La evolución de la web como herramientas de las empresas pequeñas en la industria 4.0 1252
Daniel Pineda-Domínguez, Fabián E. Guadarrama-Villagómez y Amalia Clara Torres-Márquez

Turismo y ciencias sociales: aproximaciones a la construcción teórica con ATLAS.ti para la gestión de datos cualitativos 1266
*Yolmis Nicolás Rojano-Alvarado, Margarita María Contreras Cuentas y Harleth Macías-Campo**

Estado del arte de los factores del ambiente empresarial que influyen en las estrategias de innovación interna de las empresas de comercio al por menor en Puerto Vallarta, Jalisco 1281
Georgina Dolores Sandoval-Ballesteros, Indira Rosalía Montes-Zambrano y Manuel Ernesto Becerra-Bizarrón

RESPONSABILIDAD SOCIAL,SUSTENTABILIDAD Y EQUIDAD DE GÉNERO

Responsabilidad social, manejo de agua y el desempeño de empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores: evidencia de la teoría de las acciones desechadas 1298
Oscar V. De la Torre-Torres ,Leticia Bollain-Parra y Dora Aguilasocho-Montoya

Turismo para adultos mayores antes, durante y después de la pandemia ¿Una tendencia mundial en y para las agencias de viajes? 1318
Liliana Abascal-Gaytán, Manuela Badillo-Gaona y Andrea Contreras-Abascal

Realidades y limitaciones de la sustentabilidad y rendición de cuentas en México 1334
Karla Haydee Ortiz-Palafox, Cecilia Irma Magaña-Jáuregui y Rigoberto Silva-Robles

Diseño Estructural de la Responsabilidad Social Universitaria Estudiantil 1354
Joel Bonales-Valencia,Carlos Francisco Ortiz-Paniagua y Araceli Flores-Esparza

El Desarrollo Energético Sostenible en el Mundo y en México. El caso de la energía geotérmica 1372
Monsetrrat Santiago-Villeda, Ingrid Yadibel Cuevas-Zúñiga y María Del Rocío Soto-Flores

Indicadores de referencia para la mejora del manejo integral de RSU. Caso ciudad de México 1387
Francisco Gutiérrez-Galicia, Ana Lilia Coria-Páez y Aida Medina-González

Análisis biliométrico de los estereotipos femeninos en la publicidad con enfoque de empoderamiento hacia las mujeres 1406
Irma Janett Sepúlveda-Ríos y Tania Marcela Hernández-Rodríguez

Competitividad y sustentabilidad en sistemas ganaderos del piedemonte amazónico colombiano 1428
Yelly Yamparli Pardo-Rozo, Milton César Andrade-Adaime y Octavio Hernández-Castorena

Pobreza alimentaria, la crisis socioeconómica: una mirada desde la teoría de las capacidades 1448
Mary Xóchitl de Luna-Bonilla, María Angélica Cruz-Reyes y Vianey Chávez-Ayecac

Agricultura orgánica y comercio internacional para el desarrollo sostenible:el sector frutícola orgánico en Michoacán 1468
Priscila Ortega-Gómez, Zoe T. Infante-Jiménez y Carlos Francisco Ortiz-Paniagua

La Construcción de la Identidad Femenina desde la Publicidad: Un Análisis Teórico- Bibliométrico 1485
Tania Marcela Hernández-Rodríguez e Irma Janeth Sepúlveda-Ríos

La contaminación ambiental como factor de influencia en el WOM: caso estudiantes extranjeros y nacionales en Guadalajara, México 1508
Elsa Georgina González-Uribe, Paola Irene Mayorga-Salamanca y Paola Viridiana Gutiérrez-Sánchez

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) a través de la sociedad, los accionistas, el capital humano y el medioambiente como elementos de la Imagen Organizacional (IMO) 1529
Paola Irene Mayorga-Salamanca y José Sánchez-Gutiérrez y Elsa Georgina González-Uribe

COLOQUIO

La idiosincrasia y el desconocimiento de los apoyos gubernamentales como factores de la participación en los mercados internacionales de artesanías 1552
Abraham Oswaldo Esparza-Rivera y Jorge Pelayo-Maciel

Factores culturales que inciden en el consumo de cine de arte en la Zona Metropolitana de Guadalajara 1567
Mónica Cervantes-Hernández, Juan Antonio Vargas-Barraza y Paola Irene Mayorga-Salamanca

La ventaja competitiva en la red universitaria de Jalisco a través de un modelo de gestión del conocimiento 1580
Manuel Alfredo Ortiz-Barrera, José Sánchez-Gutiérrez y Juan Mejía-Trejo

Las buenas prácticas en el uso de la tecnología en el ejercicio docente 1591
Francisco Pinedo Hernández

Revisión de normas de sustentabilidad aplicadas en empresas de energía eólica en Tamaulipas 1600
Melissa Borjas-Rodríguez y Luis Rocha-Lona

Didácticas para aplicar las TIC en un contexto complejo derivado de la pandemia por COVID-19 1620
Manuela Badillo-Gaona, Liliana Abascal-Gaytán y Elizabeth Genis-Pérez

El empleo hotelero en Puerto Vallarta y su relación con el Trabajo Decente 1632
Fátima Rubio-Moreno

Estrategias de innovación y marketing sustentable en empresas mexicanas 1647
Jennifer Viridiana Lozano-García, María Del Rocío Soto-Flores e Ingrid Yadibel Cuevas-Zuñiga

La innovación inclusiva y el emprendimiento social, un acercamiento teórico de sus implicaciones 1660
Ingrid Villarreal-Villalpando y Blanca Cecilia Salazar-Hernández

La discusión teórica de la construcción de identidad a través de los estereotipos del género femenino en la publicidad 1673
Alejandra Neovilth Torres-Escalante y Tania Marcela Hernández-Rodríguez

Publicidad digital efectiva para el aumento de penetración del sector seguros en la población mexicana 1694
Jean Ethian Gabriel Irving Ángeles-de la Cruz y Cecilia Morales-del Rio

Motivaciones y expectativas de jubilación y su relación con el consumo de servicios financieros para el ahorro para el retiro. 1710
Ana Lilia González Muñoz y Alejandro Campos Sánchez

La idiosincrasia y el desconocimiento de los apoyos gubernamentales como factores de la participación en los mercados internacionales de artesanías

Abraham Oswaldo Esparza-Rivera[1]

Jorge Pelayo-Maciel

Resumen

El objetivo de esta investigación es identificar si existe algún tipo de relación entre los factores sociales presentes en las sociedades con fuertes vínculos con sus raíces y tradiciones como la idiosincrasia y la falta de apoyo gubernamental para el artesano, los cuales podrían afectar la capacidad para competir a nivel internacional. Para lo anterior, se toma como base la teoría de Hofsted y con base a evidencia empírica se encuentra la idiosincrasia del artesano como los programas inadecuados del gobierno para fomentar las exportaciones puede generar una falta de compromiso del artesano para participar en el comercio internacional; por lo cual, deben de existir programas de fomento en las exportaciones enfocados en el desarrollo, organización y cultura empresarial; esto llevará a una actitud positiva y predisposición para participar en el comercio internacional

Abstract

The objective of this research is to identify if there is some type of relationship between the social factors present in societies with strong links to their roots and traditions, such as idiosyncrasy and the lack of government support for the artisan, which could affect the ability to compete. on an international level. For the above, the Hofsted theory is taken as a basis and based on empirical evidence, the idiosyncrasy of the artisan is found, as inadequate government programs to promote exports can generate a lack of commitment of the artisan to participate in international trade; Therefore, there should be export promotion programs focused on development, organization and business culture; this will lead to a positive attitude and predisposition to participate in international trade

[1] Universidad de Guadalajara, CUCEA.

Introducción

El propósito de este artículo es para identificar algunos factores que directamente intervienen en la actitud que tienen los productores de artesanías con respecto a participar en mercados internacionales, como lo son la idiosincrasia (Liu y Atuahene-Gima, 2018) de estos productores con respecto realizar cambios pues el elemento ideológico interviene en sus procesos de comercialización por el respeto al arte heredado de su predecesores, sus costumbres, y el desconocimiento de los apoyos que ofrece el Gobierno para fomentar la participación de los artesanos en las exportaciones (Sousa y Bradlym, 2009) en México. Estos factores son determinantes para que los beneficios que ofrece el comercio internacional sean alcanzados por dichos artesanos. Y que de alguna forma limita la creación de beneficios económicos e incluso la generación de empleos para la zona donde se establecen (Czinkota,1994). Considerando que las exportaciones son la principal y más sencilla de las formas de participación en el mercado internacional, porque otras formas representan un mayor gasto y riesgo para estas pequeñas empresas (Ramaseshan y Patton, 1994). Es una situación lamentable que dentro del mundo de oportunidades que ofrece el comercio internacional no representa una opción viable para los productores de artesanías, en especial por la falta de información acerca del comercio internacional.

En este mundo tan competitivo las empresas tienden a participar en todo tipo de mercados por lo que anteriormente, un pequeño negocio que sólo tenía como competencia a sus similares dentro de su localidad, ahora lo pueden hacer a nivel internacional (McDougall, 1989) por medio del comercio electrónico, por ejemplo, a través de las opciones que ofrece internet. Las empresas productoras de artesanías por su tipo de producto y el tipo de personas que las administran están comprometidos con las tradiciones familiares y de su localidad, miran con desconfianza estas posibilidades ya que como ello dicen preferir no tomar riesgos que podrían implicar la pérdida de su dinero o de su mercancía, el artesano emprende una lucha no solo contra el sistema que desconoce y de cómo exportar, sino también contra el mismo y las ideas que adquirió desde niño, de que las cosas siempre deben de ser iguales (Minondo, 2009), aunado a el desconocimiento de los programas de apoyo que podría recibir de algunas instituciones gubernamentales (Sousa y Bradlym, 2009), reduce sus oportunidades de que considere al comercio exterior como una verdadera oportunidad de hacer crecer su negocio trayendo beneficios no sólo a él, sino a la comunidad a la que pertenece.

Cuando se habla de artesanías podemos se considera a casi la totalidad del territorio mexicano como productor de artesanías originarias con características muy específicas de cada región de la república mexicana, sin embargo, junto con estas características se imprime un carácter que representa a cada comunidad y que hace estos productos muy originales de las regiones en las que son producidas.

Como artículos con ciertas características muy particulares viene consigo cierta ventaja de diseños exclusivos y que con cada producto puede representar una oportunidad de innovación (Cota-Yáñez, 2007) pues el artista plasma un diseño original con cierta particularidad en cada una de sus obras.

Antecedentes del problema

Desde que el ser humano aparece sobre la tierra se ha dado la tarea de asociarse con otros seres humanos con la intención de mejorar sus posibilidades de supervivencia, en estas sociedades la comunicación surge como solución a la interrelación humana de la transmisión de ideas y sentimientos, esto lo consigue a través de diferentes materiales y medios como puede ser los metales, las cerámicas, la pintura, el habla, la música, la danza, todo eso a lo que denominamos arte que es la expresión de todo esto que los humanos son capaces de sentir a través de estos distintos materiales. El arte tiene una gran influencia en la formación de sociedades (Liudmyla, 2020), desde la más antigua hasta la más moderna, rastros de las primeras civilizaciones como en los Sumerios (Gunter, 2019) ya se encontraban expresiones de diferentes escritos a través de diferentes materiales y se fue transfiriendo a diferentes tipos de sociedades pasando por egipcios, griegos, romanos, culturas del Lejano Oriente, en las cuales la expresión artística siempre ha ocupado un espacio en cada una de ellas.

Dentro de las expresiones artísticas existieron ciertas conjugaciones que llevaban un doble sentido más allá de solo la expresión artística, si no que llevaban también un sentido de utilidad estos son utensilios los cuales no solo cumplían con la parte artística (Covarrubias, 2017), sino que también llevan cierto grado de utilidad, estas denominadas artesanías cumplen con una doble función y formaron parte de la expresión artística de los pueblos en sus diferentes épocas y aún hoy en fecha siguen cumpliendo con esta función.

Junto al descubrimiento del nuevo mundo encontraron una civilización plena en el territorio mexicano compuesta por varias subcomunidades (Adams, 1997), cada una con sus propias características socioculturales y las artesanías cumplían una importante función dentro de estas nuevas sociedades indígenas. El proceso de mestizaje en la nueva España trajo consigo nuevas opciones de producción artesanal en México las técnicas europeas se fusionaron con las técnicas nativas de México y expandieron a un abanico inmenso de posibilidades en la creación artesanal, cada una de estas características se asentó en diferentes regiones de México caracterizando a cada región por el uso de materiales y técnicas, distintas en cada una de ellas. Es impresionante la variedad artesanal de la República mexicana que ha bastado con sus propias características en cuanto al uso de materiales, nos brindan un sinfín de opciones y esta variedad es la que trajo consigo un intenso intercambio comercial artesanal en varias regiones del territorio nacional.

Dentro del territorio jalisciense, el cual se destaca entre algunos otros estados de la región por su diversidad artesanal, sobresalen dos municipios en particular el municipio de Tlaquepaque y el municipio de Tonalá Jalisco (Córdova-Estrada, 2020). El municipio de Tonalá se ha caracterizado por su comercio y producción de artesanías originarias de su propio territorio y también ha adoptado el comercio de artesanías de otras partes del país. Es característico de las artesanías del municipio de Tonalá la utilización de diferentes tipos de barro que puede ser utilizado en diferentes técnicas para la creación de artesanías de diferentes estilos, colores, tamaños, formas y terminados. La producción artesanal ha sido durante generaciones, el sustento de muchas familias tonaltecas que en su totalidad se enfocan en la elaboración y comercialización de estos productos volviéndose parte de la identidad no solamente municipal y estatal, sino de la identidad nacional que caracteriza a México.

Tabla 1. Exportaciones trimestrales por subsector de actividad
Serie trimestral I 2007 - IV 2020
Miles de dólares

Código	**Descripción**	**2018**	**2019**	**2020**
	Exportaciones totales	**21,015,407**	**21,458,421**	**19,973,606**
327	Fabricación de productos a base de minerales no metálicos	70,520	141,032	169760

Fuente: SCIAN de Jalisco

Con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte que para muchos sectores de la industria y el comercio representó una desventaja frente a grandes corporaciones e industrias extranjeras (Fry, 2002), para las artesanías del municipio de Tonalá presentaron una gran oportunidad de ampliar las puertas del comercio a nuevos horizontes. Diferentes tipos de artesanías fueron solicitadas en grandes cantidades y exportadas a las dos naciones del Norte, Estados Unidos y Canadá como lo muestra la tabla 2.

Los norteamericanos y canadienses que tienen un notorio gusto por la conservación y embellecimiento de sus casas encontraron artesanías tonaltecas novedosos artículos para la decoración de estos y esto provocó un alto consumo de estos productos por estos países (Popelka, 1992). Alrededor de 1997 el consumo de estos comenzó con un auge que desarrolló diferentes tipos de situaciones dentro del municipio.

Tabla 2. Exportaciones de productos cerámicos a Canadá y Estados Unidos a partir del tratado de libre comercio. Fuente ComTrade (2021) *Montos en dólares.

	1990	***1994***	***1998***	***2005***	***2010***
Canadá	***$ 684,589.00***	***$*** 8,707,198.00	***$ 25,266,980.00***	***$ 23,847,925.00***	***$ 41,905,091.00***
USA	***$*** 86,485,304.00	***$ 263,262,128.00***	***$ 427,320,512.00***	***$ 711,819,193.00***	***$ 748,606,017.00***

El problema

El municipio de Tonalá, Jalisco ha representado desde la época de la conquista la cuna alfarera del occidente del país, no solo ha servido como una parada obligada del comercio a lo largo de la historia de la Nueva España y el México colonial, entre el centro y el norte occidente del país, además de eso ha sido desde sus orígenes un bastión de productividad de artesanías a nivel nacional.

Tonalá representa más que solamente un municipio del estado de Jalisco, han sido los frutos de su actividad productiva, las artesanías, desde los comienzos de la historia del México moderno, un símbolo representativo de la cultura nacional, no solo dentro del territorio nacional si no a nivel internacional, al igual que lo hacen sin duda la música, la comida, las costumbres entre otros elementos socioculturales del mexicano (Sandoval-Godoy, 1985).

Más allá de su representatividad las artesanías significan para los habitantes del municipio un medio de subsistencia para ganarse la vida todos los días, al igual que toda actividad humana, la producción y comercialización artesanal se traducen en una oportunidad para generar patrimonio para las familias Tonaltecas y para todo aquel que se arriesga a iniciar en el mundo del comercio artesanal (Cota-Yañez, 2007).

Estos negocios generalmente heredados de generación en generación están conformados de manera empírica en ausencia de técnicas y disciplinas administrativas que permitan potenciar su capacidad

de comercialización y producción (Aharoni, 1991), en especial cuando hablamos de comercio internacional. Por este motivo, se tomó la decisión de realizar una investigación acerca de los factores que limitan el desarrollo del comercio internacional de los artesanos de Tonalá a través de exportaciones directas, de tal forma que permitan visualizar un panorama para la creación de estrategias sostenibles de comercialización internacional (Arroyo-Alejandre, 2003).

Objetivos.

El objetivo general del estudio es comprobar y existe algún tipo de relación que surge cuando factores sociales presentes en las sociedades con fuertes vínculos con sus raíces y tradiciones como la idiosincrasia se hacen presentes en la forma de pensar del artesano y la falta de apoyos que los artesanos podrían recibir para fomentar su capacidad para competir a nivel internacional.

1) Identificar la forma de pensar de los artesanos de la cabecera municipal de Tonalá con respecto a sus raíces y cómo afecta su desempeño comercial internacional (idiosincrasia)
2) saber si el artesano conoce los beneficios que puede obtener un programa de fomento al sector artesanal y si ha utilizado alguno.
3) Entender si la idiosincrasia y el uso de programas de fomento a la producción artesanal gubernamental afectan la decisión del artesano en participar directamente en el comercio internacional.

Importancia del Estudio

A través de un estudio como el que proponemos aquí podremos conocer de mejor manera la forma en cómo piensa el artesano tradicional del municipio de Tonalá pues es uno de los más tradicionales y representativos del país. Y que tanto afecta las decisiones de estos productores respecto a participar o no en el comercio internacional, así también saber si es que estos artesanos conocen y se han beneficiado de los programas de fomento a las artesanías.

Así también el estudio podría ayudar a identificar la forma en cómo los factores culturales como las tradiciones y la resistencia al cambio pueden afectar a los pequeños y microempresarios cuando toman decisiones con respecto a sus formas de comercialización. Esto con miras a convertirse en una referencia para ayudar a los gobiernos locales a desarrollar mejores estrategias que realmente ayuden a los artesanos del municipio de Tonalá a desarrollarse como empresarios más eficientes. Y tal vez sirva como referencia para otros gobiernos con situaciones similares de cualquier parte del país.

Este estudio está contemplado como parte de un estudio más amplio denominado “factores que determinan la actitud de los productores artesanales del municipio de Tonalá en la participación directa del comercio internacional”, con lo que se pretende dar un rango más amplio de información que brinde un entendimiento más profundo del comercio internacional de las artesanías.

Límites

Actual y probablemente por la cercanía del municipio de Tonalá con Guadalajara existen varios estudios sobre los artesanos y sus microempresas, los hay en muchos aspectos como por su competitividad, innovación y percepción cultural en los que probablemente podría definirlos a una mayor escala, el presente estudio está enfocado a los artesanos de la cabecera municipal que son los de mayor tradición familiar presentan y los más cercanos al gobierno municipal y que hayan hecho una exportación directa al menos en su actividad empresarial. Esto se limita a ocho productores de las familias con más tradición artesanal de la cabecera municipal. A pesar de que este estudio se limita al análisis de dos variables como lo son la idiosincrasia y la utilización de programas de fomento por parte del gobierno sin embargo podrá ser de utilidad para elaborar planes de acción gubernamental más efectivo.

Revisión de literatura.

Idiosincrasia.

Liu y Atuahene-Gima (2018), hablan sobre el asunto de la idiosincrasia y lo hacen de una manera en la que demuestran por medio de un estudio como las formas en que los empresarios se resisten al cambio y aún más allá el de utilizar los viejos trucos de la piratería y la imitación, ellos aplican un cuestionario a 600 empresas chinas en las que reflejan que aquellas empresas que logran arriesgarse romper sus paradigmas y enfocarse a las necesidades del cliente logran despegar como empresas innovadoras y dejan de ser disfuncionales. Además, demuestran lo cercano de la idiosincrasia con las limitantes de la innovación y los miedos de los empresarios chinos a arriesgarse a cambiar.

Otro que estudia los efectos de los paradigmas sociales es Hofstede, Geert (2005) para él la capacidad de una organización para adaptar nuevas formas y romper su idiosincrasia se basa en cuatro dimensiones, Distancia del poder, Colectivismo vs individualismo, Feminismo vs masculinidad y eliminación de la incertidumbre. Esta capacidad de adaptación basado en estas cuatro dimensiones permite desarrollar de una manera más precisa estrategias que favorezcan romper los paradigmas

sociales de las regiones de origen y sustituirlos por ideales más efectivos que favorezcan el desarrollo de políticas y formas de trabajo enfocadas a la competitividad y la innovación.

La idiosincrasia es una forma de pensamiento que limita las acciones de los empresarios en el caso del campo administrativo. La administración por su naturaleza como decía Porter (1991) dentro del ciclo administrativo requiere de un ciclo llamada ciclo administrativo el cual es una constante de evaluaciones y ajustes de alguna manera va en contra de la idiosincrasia del artesano tonalteca que le gusta que todo permanezca estable y que nada cambie.

Farhad y Brennan (2018) encontraron que entre los factores que influyen en el desarrollo internacional del comercio de las pymes está el posicionamiento cultural del productor con respecto al mercado internacional y demostraron por medio de su estudio que un empresario que recién comienza su aventura de emprendedurismo romperá más fácilmente con su paradigmas sociales y medios si está bien informado sobre el mercado internacional. la información a la que tenga acceso del mercado es uno de los principales detonantes para la aceleración del proceso de internacionalización del empresario.De aquí determinó la siguiente Premisa:

P1 La Idiosincrasia del Artesano afecta negativamente su disposición a participar en el comercio internacional porque no le gusta hacer cambios al trabajo que por el momento le funciona bien y le enseño alguno de sus padres.

Apoyos gubernamentales

Como lo indica Kastsikeas (1996), en un estudio que realizado a empresas en Europa que pertenecían al sector de la pequeña y mediana empresa, los factores que comúnmente podemos creer que afectan el compromiso a la actitud de los empresarios que desean exportar podemos creer que son aspectos muy técnicos como lo pueden ser el tamaño de la empresa , y es normal que pensemos que el tamaño de la empresa está relacionado con su actividad exportadora, pues el elemento financiero o mejor dicho el recurso monetario debe ser crucial para financiar proyectos con miras a las ventas internacionales. Otro de los factores que podemos considerar es la experiencia previa de haber exportado previamente para que dentro de los planes del empresario decida comenzar a exportar nuevamente pero nuevamente esto no tuvo una relación significativa.

Por otro lado, se tiene a Donthu (1993), quién realizó un estudio en los Estados Unidos el cual le interesaba saber cuáles factores que consideraba internos a la empresa y que podían ser controlados por la administración de la empresa tenían una relación de significancia con el rendimiento de las

empresas americanas y su disponibilidad a participar en el comercio internacional. Algunas de las variables que determinó fueron por ejemplo las características de la administración, pues se entiende que dentro de los modelos organizacionales que las empresas en la actualidad pueden tomar, existen algunos que pueden tener mayor apertura al cambio y a los riegos como lo vimos en la parte de la idiosincrasia de las empresas mexicanas y de alguna manera tal vez en menor grado de las empresas norteamericanas. Y esto puede ser directamente considerado como una predisposición a las exportaciones, por otro lado, también consideró las políticas de la empresa hacia el comercio internacional, tiene sentido independientemente de que enfoque tengan la disposición a exportar, ya puede ser un factor controlable que juega a favor o en contra de participar en el comercio internacional. Y por último considero también la disposición de la empresa ante la producción y el mercado que también puede crear relevancia en la disposición.

Sin embargo, el elemento adicional que descubrió que tenía una relación significativa fue la de la participación del gobierno a través de programas de apoyo a las empresas para estimularlas a participar en proyectos de comercio internacional que terminaron generando un beneficio más amplio al sector económico de la economía en cuestión.

Muhammad, Azelin y Siti (2017) establecen una relación entre distintas variables y la orientación de las PYMEs hacia las exportaciones, ellos encontraron que los factores como la información que las empresas sobre los mercados internacionales es un factor de mucho peso para que las pequeñas y medianas empresas decidan participar en dichos mercados por lo que demuestra los enfoques de deberían tomar los gobiernos con respecto al desarrollo de programas de fomento a las exportaciones los cuales deben ir más allá de tan solo prestar un cantidad de dinero a los productores y olvidarse del asunto.

Para Manolopoulosa, Chatzopouloub y Kottaridi (2018) en su estudio realizado encontraron que las PYMES se ven seriamente afectadas por las acciones de gobierno que van más allá de tan solo programas de apoyo en dinero a los productores sino que también se ven afectados por otras acciones y condiciones de las que se producen en la interacción del gobierno como las corrupción, la burocracia y los sistemas regulatorios por parte del gobierno por lo que un programa de apoyo que brinde seguridad jurídica, simplicidad de gestión gubernamental y reduzca la posibilidad de corrupción funcionaria muy bien como impulsor de la orientación al mercado internacional. Y determino mi segunda premisa:

P2 El artesano tonalteca muestra un desinterés por participar en el comercio internacional debido a los pocos programas de fomento a las exportaciones que existen y su poca aplicabilidad a su modelo de negocios.

Los artesanos tonaltecas se enfrentan a un desafío de seguir existiendo en medio de un mar de competitividad e innovación en el cual no siempre tiene las mejores oportunidades (Cota-Yañez, 2007). Mientras que otras regiones del mundo consiguen romper con su modelo de idiosincrasia y conseguir mejores resultados (Minondo, 2009). Desafortunadamente estos dos elementos la idiosincrasia y el desconocimiento y falta de apoyos a la medida por los gobiernos estatales de Jalisco y municipales de Tonalá, continúan ausentes.

Solano Acosta, Herrero Crespo y Collado Agudo (2018) en su estudio sobre las variables que afectan el desempeño exportador demuestran la gran influencia que tiene la orientación hacia el mercado internacional sobre el resultado el desempeño de las exportaciones, sin embargo esto no sucede solo porque sí, explican que la falta de una filosofía que predisponga al artesano a las exportaciones es necesario si se pretende desarrollar el mercado internacional. Es área que el gobierno debe atender a través de programas de apoyo que fortalezca la creación de una cultura empresarial sólida que amplíe la visión del empresario artesano a nuevas metas comerciales.

P3 Apoyos gubernamentales deben enfocarse en el desarrollo organizacional y de planeación de estrategias internacionales podrían tener efectos más positivos que tan solo facilitarles cantidades de dinero a los productores artesanales.

Discusión

Las empresas que tienen un factor de idiosincrasia muy alto como lo son el caso de las pequeñas empresas que nacen en los países en vías de desarrollo (Liu y Atuahene-Gima, 2018), tienen serios problemas para flexibilizar sus sistemas de gestión administrativa que les permita adaptarse a los cambios actuales que las condiciones económico-sociales nos marcan a nivel global. Para las empresas mexicanas no es tan sencillo tomar decisiones sobre todo cuando esto involucra asuntos delicados en cuanto a la administración de la empresa. Y en especial en asuntos que son más sensibles que otros, como puede ser la sucesión de la empresa ya que un gran número de empresas mexicanas tiene una estructura de tipo familiar y cualquier tema podría provocar algún tipo de conflicto si no se aborda con cuidado al grado de crear conflictos personales (González-Alvarado, y Sánchez-Gutiérrez, 2021). Otros temas que se complican son el establecimiento de canales de comunicación efectivo, los conflictos entre los dueños, fuentes de financiamiento, la planeación estratégica y el clima

organizacional de la empresa. Esto nos habla de la idiosincrasia de las empresas familiares y el trabajo que les cuesta dar el salto a la institucionalización, ya que no es fácil renunciar al ego, y ceder a las disposiciones de otros miembros de la familia, esto pude ser un mayor problema en poblaciones como Tonalá, Jalisco el cual suelen ser familias en las cuales la generación anterior solía tener hasta ocho miembros o más de una familia común.

Por otro lado, los planes de apoyo que están disponibles para las pequeñas y microempresas en México por parte del gobierno no están enfocados a una capacitación o actualización administrativa, sino más bien a factores financieros como préstamos con bajos intereses. Hablando de Jalisco específicamente tenemos un caso de un organismo gubernamental denominado "Fondo Jalisco de Fomento Empresarial", el cual si acompaña al empresario a través de un proceso de préstamo o financiación con un breve curso de educación administrativa y financiera. Aunque este curso es más un requisito que un verdadero propósito, según Bertoni y Reverte (2018) quienes realizaron un estudio en Europa no hubo una evidencia que demostrara que prestarle dinero directamente a las empresas micros y pequeñas provocaría un incremento en su desempeño comercial o administrativo. Un fenómeno que se ha visto en el artesano que no tiene formación administrativa es que no suele aprovechar los préstamos para fines de mejoramiento en algún aspecto del negocio. suelen usar el dinero para otros fines.

Así también a nivel federal contamos con otros planes de Fomento a las exportaciones pero que están enfocados a un beneficio tributario por parte de la Secretaría de economía la cual tiene disponibles el programa IMMEX y DRAWBACK los cuales tienen la intención de devolver o exentar algunos impuestos que son inherentes al proceso de importación de algunas maquinarias y materias primas siempre y cuando su propósito sea la exportación, sin embargo tienen un enfoque muy específico hacia las empresas maquiladoras de las cuales muy pocas empresas en el sector micro y pequeño empresarial se pueden ver beneficiados, en primera instancia porque la mayoría de las materias primas que consumen son de origen nacional y no cumplen con el requisito para verse beneficiados y por segunda instancia que en su mayoría la estrategia no es internacional sino doméstica.

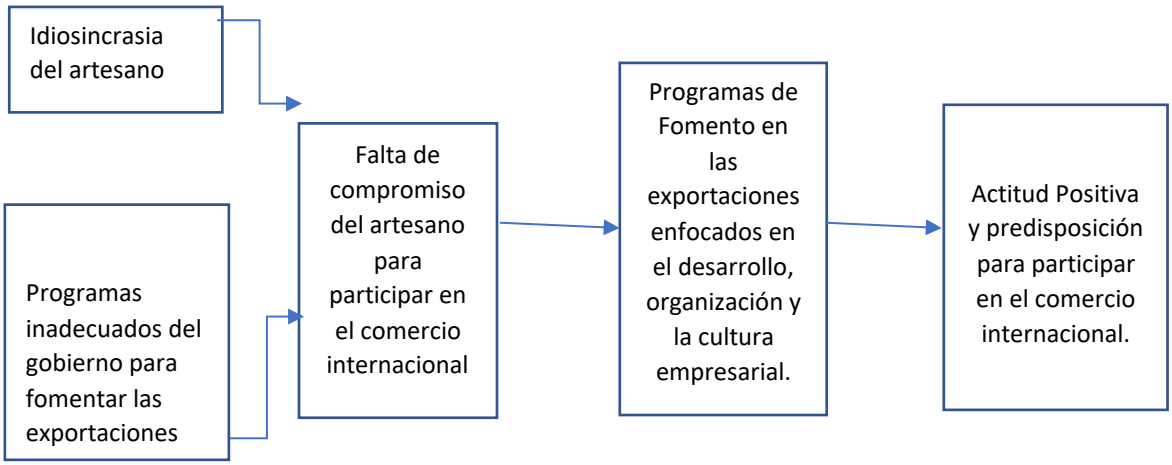
Otro factor que podría beneficiar a el sector micro y pequeño de las empresas no sólo artesanales sino de cualquiera de los ámbitos productivos de Jalisco y de México en su totalidad, sería la disponibilidad de información sobre los mercados internacionales que permitiera a los empresarios ampliar su visión acerca de las oportunidades comerciales que ofrece el mercado internacional y que por desconocimiento no son aprovechados, la falta de programas e incentivos gubernamentales que lejos de ofrecer dinero pudieran ofrecer asesoría comercial e información de mercado tendría mejores resultados cómo lo explican Julien y Ramangalahy (2003) que comprobaron que las empresas mejor

informadas tienen un compromiso mayor hacia el comercio internacional y una mejor planeación de ventas cuando son capaces de visualizar las oportunidades del mercado a través de programas gubernamentales en los que se ofrece la información y el asesoramiento adecuado.

Conclusiones

Justo como lo señalan Liu y Atuahene-Gima (2018) y Gonzalez-Alvarado, y Sanchez-Gutiérrez, (2021), cada uno de ellos en sus estudios respectivos los cuales fueron presentados y aplicados en diferentes partes del mundo y bajo escenarios distintos y entornos económicos diferentes, más allá de la importancia que pueda tener una estructura organizacional de una empresa debemos entender que dichas empresas están formadas por personas y que el elemento individualista está expresado en los directores de dicho negocio y que dan forma a sus ideas a través de su propia empresa expresando con las acciones de la empresa su resistencia al cambio, a la cooperación, al compromiso, etc y que por tanto este elemento psicológico y cultural debe ser atendido de manera anticipada a cualquier otra acción pues este elemento determina la disposición general de la empresa hacia acciones futuras con miras a expandir un mercado internacional, por tanto, se presenta la siguiente propuesta teórica, donde tanto la idiosincrasia del artesano como los programas inadecuados del gobierno para fomentar las exportaciones puede generar una falta de compromiso del artesano para participar en el comercio internacional; por lo cual, debe de existir programas de fomento en las exportaciones enfocados en el desarrollo, organización y cultura empresarial; esto llevará a una actitud positiva y predisposición para participar en el comercio internacional (Figura 1).

Figura 1. Proceso de influencia de factores expuestos a la actitud del artesano a exportar (Orientación a las exportaciones).



Fuente: Elaboración propia.

La producción artesanal del municipio de Tonalá es una que fue forjada a través de sus tradiciones y de la herencia cultural transmitida de familia en familia y de generación en generación y que por este simple hecho al ser el propietario de la microempresa quién toma las decisiones le cuesta trabajo como lo demostraron los estudios analizados con anterioridad el romper con su forma de ser y de manejar su negocio y que desafortunadamente mientras no existe un cambio de mentalidad difícilmente habrá algún otro cambio y que le permita mejorar su negocio o microempresa.

Según analizamos los estudios de Bertoni y Reverte (2018), existe alrededor del mundo por parte de diferentes gobiernos programas de financiamiento o préstamos a pequeñas y microempresas que tienen como finalidad facilitar el recurso monetario para que estas empresas comienzan operaciones estratégicas con la intención de ampliar el comercio internacional o en el menor de los casos a mejorar su sistema productivo, sin embargo el estudio también demuestra que no existe una relación significativa entre la disponibilidad de recursos financieros que esté directamente vinculada con la mejor disposición del artesano o del pequeño productor en cualquier otro sector productivo a participar en el comercio internacional o por lo menos no es el factor financiero el que limita al productor a intentar participar en dicho comercio mundial.

Como lo vimos en el estudio de Minondo (2009), resulta mucho más efectivo para el desarrollo de las microempresas el brindar un apoyo por parte del Gobierno que no tiene que ver con dinero, si no con crear una cultura empresarial que sea capaz de romper con la idiosincrasia y que sea capaz de ser utilizado por cualquier microempresario, no solamente si es artesano o no, o si es de un municipio en específico o no, más bien es la disposición Del Gobierno a ofrecer una verdadera asesoría a los empresarios que desean un verdadero crecimiento y una oportunidad de participar en el comercio internacional, justo como lo muestra Popelka y Fanslow (1992) en un estudio realizado a un pueblo originario del sur de México donde la comunidad entera prefirió la cooperación antes que la búsqueda del beneficio particular y antepuso a sus tradiciones la necesidad de crear un mercado para sus productos mejorando la vida de sus habitantes en otras palabras rompió su idiosincrasia y encontró en el comercio internacional un opción de prosperidad.

Referencias

Ahmed, F. U. (2019). An institution-based view of Firms early internationalization. *International Marketing Review*, *19*(0265-1335), 2-45. DOI: 10.1108/IMR-03-2018-0108

Ávila-Oretga, J.-I., Barroso-Tanoira, F.-G., & Santos-Valencia, R.-A. (2013). Desarrollo de micro y pequeños empresarios con base en competencias emprendedoras y rasgos de idiosincrasia:

Un estudio en los municipios del interior del Estado de Yucatán. *XVIII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática* (págs. 1-19). Ciudad de México: ANFECA .

Bertoni, F., Martí, J., & Reverte, C. (2018). The impact of government-supported participative loans on the growth of entrepreneurial ventures. *Research Policy*, doi: 10.1016/ j.respol.2018.09.006.

Cordova-Estrada, K., González-Alvarado, T.-E., & Sánchez-Gutiérrez, J. (2019). The Perception and Cultural Practices by International Craft Companies. *Competitiveness against the sustainable development goals*, 201-222.

Cota-Yañez, R., & Lopéz-Ortíz, C. H. (2007). La presencia de innovación como factor estratégico de competitividad: El caso de las empresas que producen artesanías en Tonalá, Jalisco. *Carta Económica Regional*, Año 19, Núm 99, enero - abril.

Covarrubia, P. (2017). Geographical Indications of traditional handicrafts: a cultural element in predominantly economic activity. *Annual Conference of the European Policy for Intellectual Property* (págs. 1-23). Bordeaux, France: University of Buckingham.

Czinkota, M. (1994). Executive Insights: A National Export Assistance Policy for New and Growing Businesses. *Journal of International Marketing*, 2(1), 91-101.

Donthu, N., & Hyeon, S. (1993). Implications of Firm Controllable Factors on Export growht. *Journal of Global Marketing*, 7(11), 47-64.

Grant, R. M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy. *California Managment Revew*, 33(3), 114-135.

Instituto Nacional de Estadística geografía e informática. (15 de Mayo de 2021). *Instituto Nacional de Estadística geografía e informática*. Obtenido de www.inegi.org.mx: https://www.inegi.org.mx/temas/exportacionesef/#Informacion_general

Julien, P. A., & Ramangalahy, c. (2003). Competitive Strategy and Performance of Exporting SMEs: An Emperical Investigation of the Impact of Their Export INformation Search and Competences. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(3), 227- 245.

Katsikeas, , C. S., Piercy, N. F., & Ioannidis, C. (1995). Determinats of export performance in European context. *Eauopean Journal of Marketing*, 30(6), 6-35.

Manolopoulos, D., Chatzopoulou, E., & Kottaridi, C. (2018). esources, home institutional context and SMEs' exporting: Direct Relationships and contingency efects. *International Business Revew 27(18)*, 993-1006.

McDougall, P. P. (1989). International Vs Domestic Entrepreneurship: New Venture Estrategic Behavoir and industry structure. *Journal of Business Venturing*, 4(6), 387-400.

Minondo, A. (2014). Exports' Productivity and Growth across Spanish Regions. *Reginal Studies*, 44 (5), 569-577.

Muhammad, I., Azelin, A., & Siti, N. A. (2017). Determinants of SME export performance. *International Journal of Data and Network Science*, *1*(19), 39-85. doi: 10.5267/j.ijdns.2017.1.007

Pavlyshyn, L., Voronkava, O., & Tesleva, E. (2019). Ethical Problems Concerning Dialectic Interaction of Culture and Civilization . *ournal of Social Studies Education Research*, 10(3), 236-248.

Popelka, C. A., Fanslow, A. M., & Littrell, M. A. (1992). rofiles of Success: Mexican Textile Handcraft Entrepreneurs and Their Businesses. *Home Economics Research Journal*, 20(4), 235-253.

Porter, M. E. (1991). Towards a Dynamic Theor of Strategy. *Strategic Management Journal, Vol 12*, 95- 117.

Ramaseshan , B., & Patton, M. A. (1994). Factors Influencing International Channel Choice of Small Business Exporters. *International Marketing Review,*, 11(4), 19-34.

Secretaría de economía. (15 de mayo de 2020). *Secretaría de Economía*. Obtenido de https://www.gob.mx/se: https://www.gob.mx/se/articulos/conoce-los-programas-de-fomento-y-apoyo-a-las-exportaciones-de-las-empresas-mexicanas#:~:text=El%20programa%20de%20Industria%20Manufacturera%2C%20Maquiladora%20y%20de,de%20productos%20de%20exportaci%C3%B3n%2C%20sin%20pagar%

Shamsuddoha, A. K., Yunus, M. A., & Oly-Ndubisi, N. (2009). mpact of government export assistance on internationalization of SMEs from developing nations. *Journal of Enterprise Information Management.*, 22 (04), 408-422.

Solano-Acosta, A., Herrera-Crespo, A., & Collado-Agudo, J. (2018 (27)6). Effect of market orientation, network capability and entrepreneurial orientation on international performance of small and medium enterprises (SMES). *International Business Revew*, 1128-1140.

Sousa, C., & Bradly, F. (2009). Effects of Export Assistance and Distributor Support on the Performance of SMEs: The Case of Portuguese Export Ventures. *Small Business Journal*, 27 (6), 681- 701.

Uddin-Ahmed, F., & Brennan, L. (2019). An institution-based view of firms' early internationalization. *International Market Revew* , 10(11) 0265-1335.